SONY

CSR（企業の社会的責任）レポート

CSR Report 2008

For the Next Generation

ソニーが果たすべき企業の社会的責任とは、持続可能な経営のために必要とされる活動と持続可能な社会の構築に向けた貢献からなりたっていると私たちは考えています。自らの事業活動が直接、間接を問わずさまざまな形で社会や環境に影響を与えていることを十分認識し、「For the Next Generation」のキャッチフレーズのもと持続可能な社会の実現を念頭においてCSR活動を行ってきました。生態系を含め持続可能な地球環境の実現に努めること、ソニーの持つイノベーションによる新たな価値創造を通じてグローバル課題に応えていくこと、またその際には、グローバルな視点を忘れずさまざまなステークホルダーとのパートナーシップを通じた活動を重視すること、それらがソニーのCSR活動の基本姿勢です。イノベーション、創造性の寄与を通じて社員の力を駆使して結果を出すこと、それこそがソニーらしい貢献だと考えています。そのための基盤づくりとして、CSR管理に必要なシステムの構築にとどまらず、社員自ら実践にあたる意識を高めるため、社員啓発を目的とした社内講演会や関連映画上映会などを開催しています。

持続可能な経営のために必要とされる活動と持続可能な社会の構築に向けた貢献、どちらの活動についても、ステークホルダーの皆様への適切な情報開示、コミュニケーションが大切です。ソニーは、1994年に初めての環境報告書を発行、その後2002年には企業の社会的責任に対するアカウンタビリティ（説明責任）の重要性を認識し、人々とのかかわりについて新たに記述を設けた「社会・環境報告書」を発行しました。2003年に企業の社会的責任にかかわる情報をさらに充実させ、タイトルを「CSRレポート」と改め、現在に至っているのがこのレポートです。冊子の表紙は、ソニーと社会がともに持続可能な成長を遂げていくイメージを表現しました。また、ウェブページと連動させることで、本冊子ではより重要な事項を、ウェブページではより詳細で網羅的な情報を開示しています。

より良い情報開示を実現するために、皆様からのお声をお待ちしています。 http://www.sony.co.jp/csr/report

報告の対象範囲と構成について

本レポートは、原則的に全世界で事業を行うソニーグループ（連結ベース）を対象として、2007年度（2007年4月1日から2008年3月31日）を中心に、CSR活動を報告するものです。ただし、組織体制などに関する重要な報告については、2008年7月末日までの情報を含んでいます。

文中では、「ソニー」はソニーグループを指し、ソニー株式会社と区別しています。ソニーグループとは、ソニー株式会社および、ソニー株式会社の出資比率が50%を超える連結対象会社を指します。

- 事業・財務の概況については「アニュアルレポート」で、CSR活動については「CSRレポート」で情報を開示しています。
- 本冊子とウェブサイト掲載情報によって、ソニーの「CSRレポート」は構成されています。本冊子では、CSRの重要テーマに絞って報告し、ウェブサイトでは本冊子の電子版とともに、より広範で詳細な情報を掲載しています。ウェブサイト掲載内容については、P50の「CSR活動の情報開示について」をご参照ください。
- 本冊子は、日本語、英語、中国語の3言語で発行します。
- 本冊子は、2006年10月にグローバル・レポーティング・イニシアティブにより発行された「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン2006」、環境省発行の「環境報告ガイドライン（2007年度版）」を参照しています。「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン2006」との対照表については、ウェブサイトをご参照ください。
  http://www.sony.co.jp/csr
- 環境データについては、第三者検証を受けています。詳しくはP50をご参照ください。

目次

CEOメッセージ 2

ソニーのマネジメント 4

社長インタビュー 8

環境 What We Believe: For the Sustainable Environment 10

製品・サービス What We Believe: With Our Products & Services 24

社員 What We Believe: With Our Employees 32

社会 What We Believe: For the Sustainable Society 40

ソニーグループのアウトライン 48

CSR活動の情報開示について 50

CEOメッセージ

ソニーのCSR（企業の社会的責任）レポートへようこそ。

ソニーはこれまで、イノベーションにより、繰り返し先駆的な製品を世に送り出してきました。今日では、こうした能力を、気候変動や社会開発の必要性などのグローバル課題の解決に向けても活かしています。チャレンジではありますが、事業目的の達成と同時に、企業としての社会的責任を果たすことができる機会だと考えているからです。これまでの伝統的なCSRの考え方をさらに発展させ、持続可能な社会の構築の一助となるべく、ソニー社員の英知を結集し、新しい製品、新しい事業、革新的な取り組みを行っていきます。また同時に、国連ミレニアム開発目標の達成などに向けた、世界の指導者による民間企業への協力の呼びかけに応えることにもなると考えています。

このレポートを読んでいただければ、ソニーがいかに社会的責任を重要視して活動しているかがおわかりだと思います。私たちは、誠実で公正なビジネス慣行を推進しています。環境負荷を低減するためにたゆまぬ努力を払い、環境問題解決に向けて常に新しい方策を追求しています。また、高品質の製品・サービスを提供することが使命だと考えています。自ら環境や労働に関するしかるべき基準を守るだけでなく、取引先の皆様も同様に取り組んでいただけるようプログラムを実施しています。私たちは、より多様性のある職場環境を築く努力をしています。地域社会とも協力していますし、またあらゆる活動に最高位の倫理観をもってあたっています。こうした取り組みが、長期的な視点での事業目的達成のために有効なだけでなく、企業の社会的責任であり、また共通の未来のために正しいことだと考えているからです。

ソニーは、グローバル企業のリーダーとして環境負荷を低減するため、責任ある行動をとる義務があると考えています。例えば最近では、3年前の初期モデルに比べ半分以下の低消費電力を実現し、業界でも最高レベルのエネルギー効率の液晶テレビ〈ブラビア〉の新モデルを導入しました。また「クライメート・セイバーズ東京サミット2008」をWWFと共催し、他の11社のグローバル企業の代表者と一緒に、地球温暖化解決に向けてより踏み込んだ声明を盛り込んだ東京宣言に署名しました。ソニーは、日本最大の再生可能エネルギー利用企業であり、欧州では9つのサイトが100%再生可能エネルギーで操業しています。リサイクルの面でも、もちろん努力しています。米国で自主回収・リサイクルプログラムを昨秋開始したのに加え、ソニーピクチャーズ・エンタテインメントでは、映画やテレビ番組の制作セットをリサイクルしています。

事業活動を超えて、社会的責任は扶助の精神でもあります。この1年、数々の自然災害を目の当たりにしましたが、世界の多くの災害に対して社員とともに欠かせない支援を行えたことを誇りに思います。また長期的な貢献として、より教育の行き届いた社会の構築にも貢献しています。

このレポートが皆様にとって有益なものであり、ステークホルダーのためにソニーがいかに価値創造し、そして何より、次世代のクオリティ・オブ・ライフを高めるためにどのような活動を行っているかご理解いただく一助となれば幸いです。

ソニー株式会社
取締役 代表執行役
会長 兼 CEO
ハワード・ストリンガー

コーポレートガバナンス

ソニー（株）は、経営の最重要課題の一つとして、コーポレートガバナンス体制の強化に取り組んでいます。その一環として、会社法上の「委員会設置会社」を経営の機関設計として採用し、法令に定められた事項を遵守することに加え、経営の監督機関である取締役会の執行側からの独立性を強化するための事項、各委員会がより適切に機能するための事項などの独自の工夫を追加し、健全かつ透明性のある仕組みを構築・維持しています。また、それぞれの責任範囲を明確にした上で取締役会が執行役に業務執行に関する決定権限を委譲し、迅速な意思決定による効率的なグループ経営を推進しています。

経営機構の概要

ソニー（株）は、法定機関として、株主総会で選任された取締役からなる取締役会、および取締役会に選定された取締役からなる指名・監査・報酬の各委員会、ならびに取締役会に選任された執行役を設置しています。これらの法定機関に加え、特定の担当領域において業務を遂行する業務執行役員を設置しています。

各機関の主な役割

取締役会:

- ソニーグループの経営の基本方針の決定
- ソニーグループの業務執行の監督
- 委員会メンバーの選解任
- 執行役の選解任

追加情報 >> ソニー株式会社　取締役会規定
http://www.sony.co.jp/SonyInfo/IR/qfhh7c000009px1e-att/board_of_directors_J.pdf

指名委員会:

- 取締役の選解任議案の決定

監査委員会:

- 取締役の職務執行の監査、および執行役の職務執行（財務諸表の作成プロセス、情報開示に関する統制と手続き、内部統制、コンプライアンス体制、リスクマネジメント体制、内部監査体制、内部通報制度、その他に関するもの）の監査
- 会計監査人の選解任・不再任議案の内容の決定および会計監査人に対する報酬の承認、会計監査人の職務の監督と評価
- 会計監査人による監査の範囲および結果（内部統制、米国において一般に公正妥当と認められる会計基準への準拠および財務報告全般に関する会計監査人の評価を含む）についての検討

ソニー株式会社取締役会（2008年6月20日現在）

報酬委員会：

・取締役、執行役、業務執行役員およびグループ役員の個人別報酬の方針、ならびに、かかる方針に基づく取締役および執行役の個人別報酬の額および内容の決定

追加情報 >> 取締役および執行役の報酬に関する基本方針
http://www.sony.co.jp/SonyInfo/IR/stock/qfhh7c00000gmnyv-att/nts_all.pdf ＜P35～36＞

執行役：

・取締役会から授権された範囲での、ソニーグループの業務執行の決定および遂行

業務執行役員：

・事業ユニット、研究開発、本社機能など、特定領域についての取締役会および執行役が決定する基本方針に基づく担当業務の遂行

ソニー独自の工夫

ソニー（株）では、ガバナンス強化のため、法令に定められた事項に加え、取締役会の執行側からの独立性を確保するための事項、各委員会がより適切に機能するための事項などを取締役会規定に盛り込み、制度化しています。その主なものは、以下のとおりです。

・取締役会議長・副議長と代表執行役の分離
・社外取締役の再選回数の制限、委員会メンバーのローテーション
・各委員会議長の社外取締役からの選任
・利益相反の排除や独立性確保に関する取締役の資格要件の制定
・指名委員会の人数の下限の引き上げ（5名以上）、また2名以上は執行役兼務の取締役とすること
・原則として報酬委員の1名以上は執行役兼務の取締役とすること、および報酬委員へのソニーグループのCEO、COOならびにこれに準ずる地位を兼務する取締役の就任禁止
・監査委員の他の委員会メンバーとの兼任の原則禁止

追加情報 >>
・会議体の開催状況
・監査委員会と内部監査部門の連携状況
・内部統制およびガバナンスの枠組みに関する取締役会決議
http://www.sony.co.jp/SonyInfo/Environment/management/governance/index.html

コンプライアンス

法令を遵守し、倫理的に事業活動を行うことは、ソニーの企業文化において最も基本的な事項の一つです。ソニーでは、ソニーグループ全体における誠実な事業活動への取り組みを強化し、法的・倫理的問題に適切に対応する体制を確保するため、グローバルなコンプライアンスネットワークを通じて、本社および世界各地におけるコンプライアンス統括部門の設置、「ソニーグループ行動規範」の制定と導入、内部通報制度の導入を行っています。

コンプライアンス体制強化の取り組み

ソニーは、法令、規則および社内規則・方針の遵守と倫理的な事業活動の重要性をソニーグループ内に周知徹底し、さらに推進していくことを目的として、2001年7月、コンプライアンス統括部門をソニー(株)に設置し、ソニーグループ全体のコンプライアンスの方針および体制の整備、ソニーグループの危機管理対応などに取り組んでいます。

また、2003年7月、米州、欧州、日本※1、東アジア※2、パンアジア※3において、ソニー(株)に設置されているコンプライアンス統括部門を補佐し地域のコンプライアンス活動を統括する部門を設置し、コンプライアンスネットワークを構築しました。各地域のコンプライアンス統括責任者は、担当地域のソニーグループ会社へのコンプライアンス上の指示・監督権を持ち、互いに連携をとりながら、グローバルなコンプライアンス体制の確立および維持に努めています。

※1 担当地域:日本、韓国、台湾
※2 担当地域:中国本土、香港
※3 担当地域:東南アジア、中近東、アフリカ、オセアニア

ソニーグループ行動規範

ソニーは、2003年5月、ソニーグループ全体のコーポレートガバナンスの強化、および法令遵守と倫理的な事業活動のさらなる徹底を目的として、ソニーグループのすべての取締役、役員、および従業員一人ひとりが守らなければならない基本的な事項を、「ソニーグループ行動規範」として制定しました。この行動規範では、法令遵守に加え、人権尊重、製品・サービスの安全、環境保全、企業情報開示など、ソニーグループの企業倫理や事業活動にかかわる基本方針を定めています。「ソニーグループ行動規範」は、ソニーグループ各社において、各国の公用語に翻訳された上で、自社の行動規範として採択され、導入されています。現在26カ国語に翻訳されています。

「ソニーグループ行動規範」は、経済協力開発機構(OECD)多国籍企業ガイドライン、国連グローバルコン

ソニーグループ行動規範(項目)
2003年5月制定

【適用対象会社】
・ソニー株式会社
・ソニー株式会社が直接または間接に発行済議決権付株式または持分の過半数を所有するグループ会社
・ソニー株式会社の取締役会が適用対象と定める会社

【適用対象者】
すべての取締役、役員、および従業員

【規定項目】
1. 基本原則
1-1 法令、社内規則・方針の遵守および誠実で倫理的な事業活動
1-2 ステークホルダーとの関係
1-3 多様性の理解
1-4 構造的利益相反の回避
1-5 社内通報

2. 人権の尊重
2-1 雇用における機会均等
2-2 強制労働、児童労働の禁止
2-3 健全な雇用・労働
2-4 職場環境

3. 誠実で公正な事業活動
3-1 製品・サービスの安全
3-2 環境保全
3-3 公正競争
3-4 広告
3-5 企業情報開示
3-6 個人情報
3-7 知的財産
3-8 機密情報
3-9 公正な調達
3-10 贈答、接待
3-11 記録および報告

4. 倫理的行動
4-1 インサイダー取引
4-2 個人的利益相反
4-3 会社資産
4-4 メディアとの関係と公的発言

パクト、国連世界人権宣言など、主要な国際基準やガイドラインの趣旨を反映して制定されました。また、ソニーは、日本の代表的な企業によって構成される社団法人日本経済団体連合会の「企業行動憲章」の策定にも参画しており、その内容を尊重しています。

「ソニーグループ行動規範」の制定を契機として、ソニーでは、ソニーグループのガバナンス上の重要事項について、ソニーグループ共通ルールの整備および一元管理を行っています。

追加情報 >> ソニーグループ行動規範 http://www.sony.co.jp/code/

内部通報制度

ソニーは、「ソニーグループ行動規範」の制定を受けて、社員のコンプライアンス活動への参画を容易にし、法令や社内規則違反の潜在的なリスクに対して早期に対処するために、内部通報制度「ソニーグループ・コンプライアンス・ホットライン」を設けています。運営にあたっては、米州、欧州、日本、東アジア、パンアジアの各地域に通報窓口を設置し、ソニーグループの全社員からの通報を電話、電子メール、郵便などで受け付ける体制を敷いています。

「ソニーグループ・コンプライアンス・ホットライン」は、コンプライアンス担当執行役に直結する窓口として、通常の指揮命令系統から独立して運営されています。通報案件内容や内部通報制度の運用状況については、経営陣および監査委員会に報告されます。受け付けた通報は、所定の手続きに則って取り扱われ、誠実に通報を行った者が不利益な扱いを受けることがないようにしています。

2007年度は、ソニーグループ全体で、約340件の通報を受けました。通報の内容には、雇用、労働、職場環境、情報管理、環境保全、利益相反、盗難などに関するものがありました。受け付けた通報については、調査、事実確認の上、適宜対応しています。また、通報された問題への対応を契機として、社内規則を整備、再徹底するなど、社内の手続きの見直し、対策が講じられたケースもあります。

ソニーグループ行動規範と内部通報制度に関する啓発活動

ソニーは、「ソニーグループ行動規範」や内部通報制度について、ソニーグループ各社で啓発を図るため、電子メール、小冊子、カード、ポスターの配布、社内報での記事掲載などを継続的に行っています。また、ソニーグループのイントラネット上のホームページにも情報を掲載しています。

企業倫理や「ソニーグループ行動規範」の各条項のうち、ソニーグループ全体としてのコンプライアンスの重要領域（例えば、独占の禁止、公正な競争および公正な取引や、職場での不当な差別やハラスメントの防止に関する事項など）については、具体的な事例を交えたeラーニングやケーススタディなどを活用して、研修および啓発を行っています。

コンプライアンスプログラムのモニタリング（コンプライアンスセルフアセスメントの実施）

コンプライアンスプログラムの広範なモニタリングの一環として、全世界の主要なソニーグループ各社において、コンプライアンス活動項目に関する自己点検（コンプライアンスセルフアセスメント）を実施しています。

コンプライアンスセルフアセスメントの結果については、各地域のコンプライアンス統括責任者が評価し、当該評価結果をコンプライアンス担当執行役に報告するとともに、顕在化した課題についての解決策を考案し、担当地域のソニーグループ各社へ指示、監督を行います。また、内部監査やコンプライアンス監査のプログラムでも、コンプライアンスプログラムのモニタリングを補完しています。

追加情報 >>
・リスク・危機管理体制
・情報セキュリティと個人情報管理
・公正・公明・公平な調達
http://www.sony.co.jp/SonyInfo/Environment/management/compliance/index.html

URL
経済協力開発機構　多国籍企業ガイドライン　http://www.oecd.org/
国連グローバルコンパクト　http://www.unglobalcompact.org/
国連世界人権宣言　http://www.un.org/Overview/rights.html
社団法人日本経済団体連合会　企業行動憲章　http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/cgcb/charter.html

『豊かな成長』の実現に向け、質的変化が求められるとき

Q. ソニーが目指す方向は？

2005年に社長に就任して以来、「顧客視点」の重要性を説き社内への浸透を図ってきました。ソニーのすべての活動は顧客視点に根ざしていなければならない、それが私の信念であり、「クオリティ・ファースト」の精神とともに、エレクトロニクス事業に携わる社員すべての胸に刻み続けてほしいと考えています。

2008年6月には、社長就任以来の3年間をご報告し、今後の中期計画について発表する機会を持ちました。そこで私は、「ソニーは『豊かな成長』を目指す」とお話ししました。

私たちがグローバル社会の一員としてビジネスを行う上で、気候変動や資源枯渇など地球規模での大きな課題に直面するようになっており、これまでと同じ形で成長を続けるには限界がきていると感じています。持続可能な社会構築の重要性が叫ばれる中、改めて、ソニーもより豊かな成長の実現に向け、質的変化が求められるときです。

顧客視点で製品やサービスを提供していく中で、時代や社会的背景なども踏まえ、お客様が製品に求める機能は変わってきています。省エネルギー機能へのご要望など、便利さや快適さといったこれまでの「機能」とは違うものも求められています。

こうした中、ソニーは自らの事業活動が環境に負荷を与えていることを認識し、自社事業所の省エネルギー施策はもとより、優れた技術によって環境に配慮した製品、サービスをお客様に提供することを目指しています。環境負荷を低減しながら、多様化するお客様の生活スタイルにあわせた豊かな感動体験を提供することがソニーの使命であり、コアビジネスの強化とともに、イノベーションの加速など、そのための中期的な施策に取り組んでいきます。

Q. CSR経営を行うにあたり、社員に求められる役割は？

ソニーは企業としてCSR活動を推進していますが、「企業の社会的責任」に実際に取り組むのは、私も含めたソニーの構成員としての社員一人ひとりです。ボランティアなどの地域貢献活動は言うに及ばず、CSRのすべての活動において社員自らが実践すること、すなわち一人ひとりが全体のために考え主体性を持って活動していくことが重要です。

CSRに対する社員の意識が高まれば、企業全体としての活動も活発で効果的なものとなっていきます。また、何か人のために役に立っていると実感できる瞬間、それが社員一人ひとりの誇りと充実感にもつながります。

私たちは、CSR活動の実践の理念を「For the Next Generation」というキャッチフレーズで表しています。次の世代に持続可能な社会を引き継ぐことがビジネスを行う上での社会との約束であり、次の世代への責任と考えているからです。ソニーでの活動を通じて社会の役に立つという誇りを持った社員の積極的な参加で、持続可能な社会の構築に向けてソニーらしいさらなる貢献ができると期待しています。

ソニー株式会社
取締役 代表執行役
社長 兼 エレクトロニクスCEO
中鉢　良治

What We Believe:

For the Sustainable Environment

環境 : ソニーは、自らの事業活動が環境に負荷を与えていることを認識し、その環境負荷を低減するために優れた技術とイノベーションの力を活用して、環境に配慮した製品、サービスをお客様に提供することを目指します。

SONY

持続可能な地球環境の実現に向けて ソニーは、環境負荷の低減に取り組み続けていきます

企業の社会的責任を語る上で環境は最も重要な課題の一つであり、中でも気候変動は近年大きな注目を集めている事象です。環境問題に取り組むことは、社会の持続可能性を確かなものにするためだけでなく、ソニーの事業の継続性の上でも大変重要です。環境保全に努めることはソニーの信念であると同時に、新しい規制によるビジネスへの影響も考えられますし、消費者の反応も含め市場も変化します。適切な対応や環境活動等が行われなかった場合において、経営に対する潜在的なリスクにもなり得ます。こうした中で事業活動を行うにあたり、ソニーは自らの環境負荷を最小限にとどめるために、あらゆる側面において責任を持って行動すると同時に、ソニー独自の能力を最大限に活用し、他企業やビジネス・パートナーとともに環境問題の解決に向けて取り組んでいます。

環境ビジョン実現に向け、グローバルな環境マネジメントシステムを導入

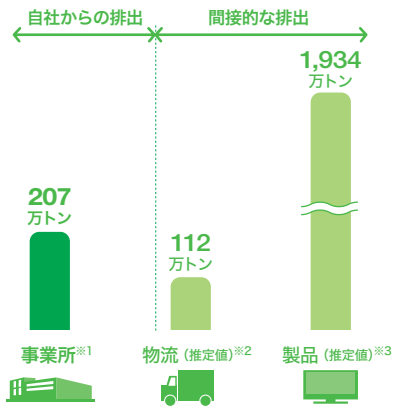
ソニーは、事業活動を行う上で環境問題の重要性を早くから認識し取り組んできました。1990年に環境保全に関する指針を示し、ソニー地球環境委員会が発足、その活動の中から1993年にはソニー環境基本方針、環境行動計画を制定しています。これらの流れをくんで、2000年に制定された「ソニーグループ環境ビジョン」では、「あらゆる生命の生存基盤である地球環境が保全され、現在だけでなく将来の世代にわたり、人々が健全で幸せな生活ができ、夢を持ち続けられるような持続可能な社会の実現に向けて、イノベーションと健全なビジネス活動を通じ、積極的に行動する」ことなどを理念としています。

前述の「ソニーグループ環境ビジョン」を実現するため、2001年より5年単位の環境中期目標を定めています。2006年に定めた「Green Management（グリーン・マネジメント）2010」では、地球温暖化対策、資源循環、化学物質管理などの多様で複雑な環境問題に取り組んでいくため、「環境指標」と「個別目標」を設定しています。

これらの目標を確実に達成するため、ソニーはグローバルに統一した環境マネジメントシステムを構築し、継続的に改善しています。1990年代初頭より環境マネジメントシステムであるISO14001の認証取得を全世界の各事業所で進め、現在は本社と海外地域環境部門、各事業部門、各事業所が一体となった統合認証を取得しています。

各事業部門・事業所のレベルでは、「Green Management 2010」に沿ってそれぞれ環境の要素を盛り込んだ年度事業計画を立案、定期的レビューにもとづいてその実施状

ソニーのCO_2換算温室効果ガス排出量



※1 製造事業所および非製造事業所での温室効果ガスの直接排出量および他者から購入した電気・熱による間接排出量。GHGプロトコル（http://www.ghgprotocol.org/）によるSCOPE1、SCOPE2にあたる。
※2 ソニーサプライチェーンソリューション（株）の扱う国際地域間製品輸送と国内製品輸送、および国内主要ソニーグループ会社の輸送にともなうCO_2排出量の合計。GHGプロトコルによるSCOPE3にあたる。
※3 2007年度に販売した製品の生涯の電力使用量をCO_2換算した数値。GHGプロトコルによるSCOPE3にあたる。計算式は以下。
販売台数×（動作時消費電力×年間動作時間＋待機時消費電力×年間待機時間）×使用年数×CO_2換算係数
時間や年数は各種調査データにもとづく。例えば、テレビの使用年数は10年、PCは7年と仮定している。

況は業績評価の一部に組み込まれています。地域で定期的に行われる会議のほか、年に一度全世界の担当者が一堂に会する「環境サミット」を開催し、経営トップも含めて環境施策の進捗、課題、目標を共有する場としています。また、職場で各社員が有効な環境活動を推進できるよう、目的や職務内容に応じたさまざまな環境教育を実施しています。

気候変動：製品のライフサイクルを通して、グローバルに温室効果ガス削減の取り組みを推進

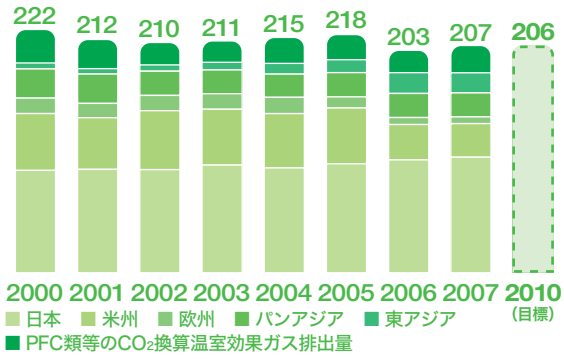
ソニーの事業活動における温室効果ガス排出量を見ると、製品生産に携わる製造事業所やオフィスなどの「事業所」からの排出量と、製品の輸送など「物流」、そして「製品の使用時」が挙げられます。このうち、ソニーが直接的に管理できるのは事業所の部分であり、この点については絶対量での排出量削減に向けて取り組んでいます。

ソニーは、世界的環境NGOであるWWF（世界自然保護基金）が企業とパートナーシップを結びさまざまな温室効果ガス削減施策を実行していくクライメート・セイバーズ・プログラムに2006年に参加し、全事業所からの温室効果ガス排出量を2000年度比で2010年までに絶対量で7%削減する目標を掲げました。2007年度の温室効果ガス排出量は約207万トンで、前年度に比べ約3万8,000トン増加しました。その結果、2000年度比では約6.6%削減となっています。主な原因として、エネルギー使用にともなうCO_2排出量は約1,000トン減少しましたが、工程の変化などによりPFC類などの温室効果ガスが2006年度に比べ約3万9,000トン増加したためです。

ソニーとWWFの協定内容

1 ソニーグループ全体のCO_2換算温室効果ガス排出量を、2000年度に比べ2010年度までに絶対量で7%削減する
2 主な製品の年間消費電力量を削減することにより、製品の使用時のCO_2排出量を削減する
3 消費者に向けた地球温暖化防止に関するコミュニケーション活動を、ソニーとWWFが協力して実施する
4 地球の平均気温の上昇を、産業革命前に比べ、2度未満に抑えることが必要というWWFの見解を支持する

事業所のCO_2換算温室効果ガス総排出量（万トン-CO_2）



事業所のエネルギー効率向上に取り組み、ベストプラクティスを他地域に展開しています

ソニーは、上記目標達成に向けた事業所のエネルギー効率向上を、最も重要な施策として位置づけており、省エネルギー設備の導入と全体最適化、燃料転換などに継続して取り組んでいます。

例えば、ソニーの事業所の中で最もエネルギー使用量の大きい半導体事業所の一つであるソニーセミコンダクタ九州（株）熊本テクノロジーセンターでは、ソニーが設備メーカーと共同で開発・導入を推進している高効率熱源システムを導入しています。同時に、熱源システムのエネルギー使用効率が年間を通して最大限に高められるよ

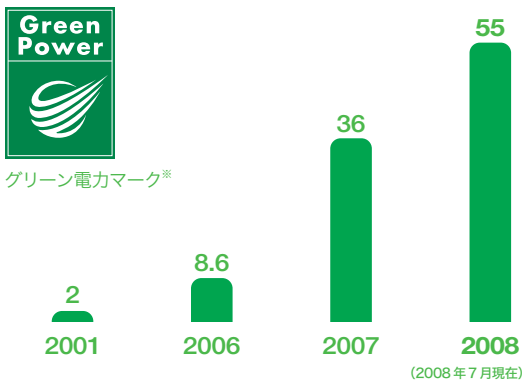
うな制御システムを新たに専門会社と共同で開発した結果、従来の燃料系熱源システムに比べ、約83%のCO_2の排出量削減につながりました。2006年10月に竣工した新本社でも、高効率熱源システムを採用しています。建設時のCO_2排出削減施策に加え未利用エネルギーの活用も行うなど、1年間の運用の結果、「一般的なビルに比べてCO_2排出量を約40%（ソニー調べ）削減する」という当初の見込みを上回る約48%削減の成果を得ました。

1980年代に製造事業所を多数海外展開した際には、国内で成功している事業所を基幹事業所と位置づけ製造工程のノウハウを共有したのと同様に、環境面の取り組みについても、これらの日本における先進的な省エネルギー活動を他地域の事業所へも展開しています。一例としては、中国にある製造事業所、索尼電子（無錫）有限公司に最先端の省エネルギー型冷凍機2台を日本から導入、新型冷凍機による電力削減量は年間約500万kWhと試算され、CO_2換算で約3,750トン、工場全体のCO_2排出量の約6%の削減効果を見込んでいます。

再生可能エネルギーを積極的に導入し、温室効果ガス排出量削減に取り組みます

上記のような事業所のエネルギー効率向上に加え、温室効果ガス排出量削減施策の一環として、ソニーは再生可能エネルギーの導入を積極的に進めてきました。日本では、自然エネルギーの中でも特に実用性の高さで注目されている風力発電の導入を検討することから始まりました。自社事業所の近くに風力発電所がない場合でも、再生可能エネルギーによる発電実績を証書化して取り引きすることにより、再生可能エネルギーによる電力を使用したとみなす仕組みを2000年、東京電力（株）と共同で開発しました。

日本におけるグリーン電力証書年間契約量（百万kWh）



グリーン電力マーク※

※ 日本自然エネルギー（株）の「グリーン電力証書システム」による、グリーン電力の利用を証明するマーク

2001年12月には、日本初となるグリーン電力証書の発行を受け、その後風力発電によるグリーン電力証書利用の拡大を進めてきました。2007年10月に年間1,600万kWhの木質バイオマス発電（秋田県）からのグリーン電力証書契約、さらに2008年7月には日本最大の年間1,800万kWhのグリーン電力証書契約をバイオマスエネルギーセンター（北海道）と締結しました。この契約分を含め、2008年7月現在、日本でのソニーグループのグリーン電力証書システムによる基本発電委託量は年間約5,545万kWhとなっています。これは、国内のソニーグループによる全電力使用量の約2.5%に相当します。関連して、グリーン電力証書の仕組みを通じた森林保全支援活動推進のため、秋田県内の間伐材などを秋田県能代市にある木質バイオマス発電施設で燃料として安定的に確保するスキームを秋田県に提案して推進するなど、今後もさまざまな形態の再生可能エネルギーの利用拡大に取り組んでいきます。

欧州では2003年度より再生可能エネルギーの導入を開始、2007年11月から導入したソニーDADCオーストリアを含め、現在9つの事業所が100%再生可能エネルギーで稼働しています。2007年度のソニーの欧州における再生可能エネルギー使用量は全電力使用量の約43%にあたります。

北米でも、2008年4月より、ソニーDADCピットマン工場とテラフォート工場、ソニー・コーポレーション・オブ・アメリカ、ソニー・エレクトロニクスの4つの事業所で、約5,000万kWhのグリーン電力証書の契約を行っています。エレクトロニクス以外の分野でも、例えばソニー・ピクチャーズ エンタテインメント(SPE)では、スタジオ内のビルの屋上に太陽光発電パネルを導入しました。

製品使用時のCO_2排出量削減の重要性を認識し、省エネ設計に取り組みます

ソニー製品がお客様のもとで使用される際に電力が消費され、間接的にCO_2が排出されます。これは間接的なCO_2排出ではありますが、製造、販売にまつわる輸送、および製品使用時という製品のライフサイクルにおいて、温室効果ガス排出量が最も大きいと考えられるのは製品使用時です。2007年度の排出量は、約1,934万トンでした。電力使用量は製品の使用状況による影響を受けるため、正確に予測したり、あるいは完全にコントロールすることは不可能ですが、WWFとの協定内容でもある「主なソニー製品の年間消費電力量を削減することにより、製品使用時のCO_2排出量を削減」の達成に向け、地球への負荷を軽減するためにソニーの技術力とノウハウを駆使し省エネルギーの製品設計を行っています。

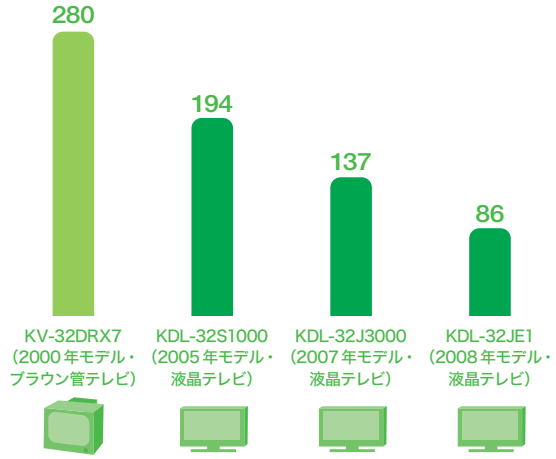
製品の省エネ化への取り組み

エレクトロニクス製品全般にわたってさらなる改善が必要ですが、大型化、高機能化にともない、消費電力の増える傾向にあるテレビへの取り組みが最重要課題です。2008年春に日本で発売された液晶テレビ〈ブラビア〉11機種は、省エネ法にもとづく省エネ基準達成率[※1]が最大で179%を達成し、10機種で省エネ5つ星の評価を受けています。

なお、2008年7月発売の〈ブラビア〉KDL-32JE1では、年間消費電力量を86kWh／年に抑え、省エネ基準達成率では232%を達成しました。バックライトシステムの発光効率および光学フィルムの光透過率を高めることによって、2005年度発売の同サイズの液晶テレビKDL-32S1000の年間消費電力量194kWh／年から大幅な削減に成功しています。

※1 省エネ法「エネルギーの使用の合理化に関する法律」に定められた2008年度基準に対する達成率

32型テレビの年間消費電力量(kWh／年)



一方、ITインフラとしてますますの普及率が見込まれるPCでは、“VAIO（バイオ）”発売10周年記念モデルの“VAIO” type Tにおいて、専用開発した低電圧回路を液晶パネルに導入し、バックライトには低消費電力である白色LEDを採用しました。また、動作時に使用しない機能を自動的にオフにする電力制御など、徹底した省電力設計を行い、消費電力を低く抑えています。さらに、記録媒体にフラッシュメモリーを使用することで、最長約18時間の長時間駆動※2を可能にしています。

“VAIO” type Tは、世界7カ国・地域で実施されている省エネルギー制度「国際エネルギースタープログラム」の基準「Energy Star® 4.0」に適合しています。

※2 VAIOオーナーメードモデルで大容量バッテリーパック（LL）、Core 2 Duo、メインメモリー 1GB、フラッシュメモリー＋DVDスーパーマルチドライブを選択した場合。

製品や部品の輸送にともなう温室ガス排出量の削減

製品のライフサイクルにおけるCO_2排出を考慮した場合、製品の使用時と同様、部品や製品輸送の物流にともなうCO_2排出量削減も今後の課題と考えられます。

現在ソニーでは、物流にともなうCO_2排出量の把握に取り組んでいます。ソニーグループの物流業務の外部委託管理をしているソニーサプライチェーンソリューション（株）（SSCS）が扱う国際地域間製品輸送と国内製品輸送、および国内の主要なソニーグループ会社の輸送にともなう2007年度のCO_2排出量は、合計約112万トンCO_2と推計されます。具体的な削減努力として、サプライヤーからの部品やソニーの内製部品、製品の国内輸送および国際地域間輸送において、輸送効率や積載効率の最適化、環境負荷の低い輸送手段への切り替えを行っています。

トラック輸送と比べCO_2排出量の少ない鉄道や海運を利用して運送するモーダルシフトを推進、専用のコンテナを利用して、鉄道による他社との共同輸送も実施しています。

北米では、2007年にアメリカの環境保護庁が推奨するスマートウェイ・トランスポート・パートナーシップに登録し、燃料消費を抑え、環境負荷の低い輸送をさらに推進していきます。

イノベーションを通じた地球温暖化の解決にも力を注ぎます

気候変動の問題を解決するには低炭素社会への移行が必要といわれていますが、その実現に向け技術のイノベーションを通じた貢献こそソニーらしい取り組みだと考えています。

太陽光は再生可能エネルギーとして有用であり、ソニーは有機色素に当たった光を電気エネルギーに変換する色素増感太陽電池の研究開発を行っています。従来のシリコン系太陽電池のような大規模な真空装置を用いず、塗布・印刷プロセスでの作製が可能であり、低コストでの生産や、製造時に投入する材料やエネルギーの削減

「これは今までにない、まったく新しい会議だ」クライメート・セイバーズ東京サミットを、ハワード・ストリンガー氏はこう評してくれました

環境に配慮しない生産・消費行動の結果としての気候変動により世界が壊滅的な影響を受けているとき、旧態依然としたビジネスの在り様は論外であり、WWFはストリンガー氏のこうしたコメントを歓迎しています。今後15年で温室効果ガスは大幅に減少し始める必要があります。ビジネス・コミュニティには先見性と革新性を持って、安全で健全な地球のための経済を築くため積極的にリーダーシップを発揮することが求められています。

WWFは、ソニーとともにこのミッションにあたることを楽しみにしています。

クリス・ヘイルズ氏
WWF
インターナショナル
国際関係
ディレクター

など環境負荷低減が期待される新技術です。室内光下など光が弱い場合の発電性能にも優れ、天候によらず安定した発電が可能です。試験セルの発電性能では、光を電気に替える変換効率で業界トップクラスの10%超を記録しており、今後さらに研究開発を加速していきます。

このほか再生可能なエネルギー源であるブドウ糖を使ったバイオ電池の開発なども行っています。

コミュニケーション：グローバルリーダーとして低炭素社会の実現に向け、パートナーシップを活用します

気候変動という全地球的な課題に取り組むにあたっては、個別の取り組み効果には自ずと限界があり、パートナーシップを通じて共同で取り組むことによって解決の可能性は高まるとソニーは考えています。

さらに多くの企業、メディアや一般消費者に気候変動への取り組みの重要性を呼びかけることを目的とし、2008年2月、ソニーはWWFと共同でパブリックイベント「クライメート・セイバーズ東京サミット2008」を開催。通常クライメート・セイバーズ参加企業および参加予定企業、WWFのみで行っている年次会合に加え、初めての試みとして、業界や政府関係者、報道関係者も招待しました。クライメート・セイバーズの参加企業の先進的取り組み事例の紹介や、専門家を交えたパネルディスカッションのほか、WWFインターナショナルのジェームズ・リープ事務局長の基調講演を行いました。

ソニー 会長兼CEOのハワード・ストリンガーは、サミット開催を機に参加企業12社が署名した「東京宣言」を発表、署名企業の代表として低炭素社会の実現に向け「ビジネス・パートナーとの連携を通じ、排出量削減活動の範囲をさらに広げる努力をする」「消費者、顧客に向けて低炭素型のライフスタイルを普及啓発する」といった活動に取り組むことを宣言しました。「東京宣言」で述べたように、企業だけで実現できることは限られており、ソニーは消費者への呼びかけも積極的に行っていきます。

限りある資源の有効活用に向けて、ソニーは資源循環に取り組んでいます

事業活動を行うために必要なエネルギーを含め、投入資源をいかに削減し、かつその資源を循環させ有効活用するか。また、汚染の未然防止、注目される希少金属の回収も重要な課題です。ソニーの事業活動では、推定約146万トンの資源を投入し、約127万トンの製品を生み出していますが、同時に廃棄物が約19万トン発生しています。「Green Management 2010」では、事業所からの廃棄物量削減および再資源化率を高めること、製品リサイクルに関しては当年度の製品出荷量に対する製品再資源化量の比率である「製品循環率」を継続的に向上させる

ことを目標としています。また、自社製品への循環材利用促進も目指しています。

特に、重要な課題である使用済み製品の処理または処分に関して、ソニーは拡大生産者責任[※1]の理念を尊重し、日本の家電リサイクル法やEUのWEEE指令[※2]、米国におけるカリフォルニア州廃家電リサイクル法など、世界各国および地域のリサイクル法規制にしたがって使用済み製品の回収やリサイクルを推進しています。同時に回収した製品をリサイクルしやすいように配慮した製品開発および設計の実施にも取り組んでいます。

日本では、2001年4月に施行された家電リサイクル法により、テレビ(アイワブランドを含む、ブラウン管式のもの)を対象製品として、生産者であるソニーに廃棄後のリサイクル実施が義務づけられており、ソニーは同業5社と共同で全国規模のリサイクル体制を構築し、全国15カ所あるソニー製テレビをリサイクルしている工場のうち、愛知県のグリーンサイクル(株)に筆頭株主として出資しています。2007年度には、約89万台のソニー製テレビがリサイクルされ、家電リサイクル法で定められている再商品化率55%を上回る約87%の再商品化率を達成しています。

欧州では、2002年12月に異なる製品を扱う3社と共同で「ヨーロピアン・リサイクリング・プラットフォーム(ERP)」を結成し、WEEE指令に対応しています。2008年5月末現在、ERPはドイツ、オーストリア、スペイン、ポルトガル、アイルランド、フランス、ポーランド、イギリス、イタリア、デンマークで独自の回収・リサイクルの仕組みを構築しました。その結果、国の仕組みに準じた対応を行う国を含めて、WEEE指令対象国すべてにおいて仕組みの構築を完了しました。

※1 使用済み製品の処理または処分に関して、生産者が、財政的および/または物理的に相当程度の責任を負うという考え方。
※2 EUの廃電気・電子機器リサイクル指令

規制に先駆けた積極的な対応

同時に、規制の有無にかかわらず、必要なアクションは自らとることをソニーは目指してきました。

米国においては使用済み電子機器のリサイクルのさらなる推進のため、自主的なリサイクルの取り組みを拡大し、全米で「The Sony Take Back Recycling Program(ソニー・テイクバック・リサイクリング・プログラム)」を導入しました。このプログラムは、ソニー・エレクトロニクスと米国最大手の廃棄物管理サービス会社ウェイストマネジメント社と共同で実施しているもので、指定回収センターですべてのソニー製品を無料で、またソニー以外の製品についても有償で回収を受け付けています。

また、使用済みソニー製テレビをリサイクルしたお客様が新しいテレビの購入時にソニースタイルの直営店で使用できるクーポンを提供する「TV Trade Up Program(テレビ・トレードアップ・プログラム)」を実施、リサイクル活動がお客様へのインセンティブとなる工夫も行っています。長期的には、ソニーはアメリカで販売する製品の販売重量と同量の回収を行うことを目指しています。

カナダでも、同業他社および販売店と提携し同様の回収プログラムに着手しています。

これらにより、日本、北米、欧州では回収・リサイクルの仕組みが導入されたことになり、ソニーのエレクトロニクス製品の売上の7割を占める地域がカバーされています。また、

アジア・オセアニア、南米地域においても、オーストラリア、ニュージーランド、ブラジルなどでリサイクルプログラムの支援を行っており、中国などこれからリサイクル法が導入される地域では、行政の制度設計の議論に積極的に参画しています。最終的には、ソニーが製品を販売するすべての地域において回収・リサイクルの取り組みを行うことが目標です。

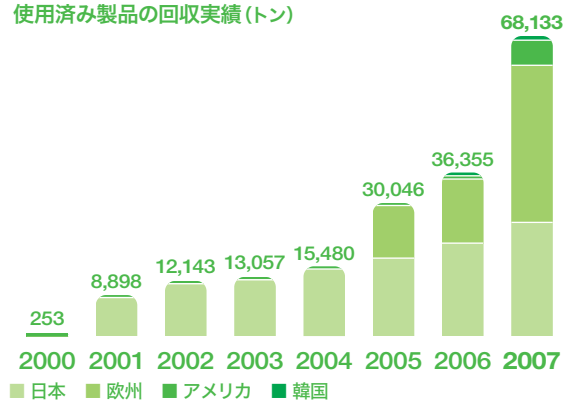
循環材利用の加速に向け、全社横断のプロジェクトを実施しました

ソニーは2007年3月、全社横断「Earth（アース）プロジェクト」を開始しました。このプロジェクトは、ソニーグループ内で排出された製品部品や包装材、ならびに社外で排出された廃材などについて、回収ルートの構築、リサイクル技術を通じての再資源化を行い、循環材[※1]として有効活用することを目的としています。

一般的に、再生紙や再生プラスチックなどは新材に比べて一定の品質、量を確保することが難しいとされていますが、プロジェクトを受けて2008年3月に発足した資源循環室では厳しい品質管理のもとで、高品質かつ安価な循環材を調達しながら、製品の原価低減、安定的な調達につながる仕組みを構築することも目指しています。ソニーにおける再生プラスチックの使用量は、2006年度には業界最大規模の年間約1万6,000トンでしたが、2010年度までにさらに2倍に高めるよう取り組んでいきます。ソニーは、2005年度末には全世界で販売するほぼすべての製品で欧州のRoHS指令などで規制される特定の化学物質の全廃を完了しており、将来製品の再資源化を実施する際に大きな利点となります。（製品に含まれる化学物質管理の具体的な取り組みについてはP29をご覧ください。）

※1 循環材：植物原料プラスチック、リユース材、リサイクル材（再生紙、再生プラスチック）

使用済み製品の回収実績（トン）



ソニーとウェイストマネジメント社のパートナーシップこそアメリカにおける成功のカギ

2007年は、ソニーとパートナーを組み、家電製品の回収・リサイクルプログラムを拡大できたという意味で、私たちにとって大変エキサイティングな年でした。ソニーの知名度とウェイストマネジメント社の全米規模のインフラの組み合わせにより、消費者に便利な使用済み製品の回収機会を提供、効果的な回収・リサイクルの仕組みを構築できました。

回収ポイントが全米をカバーしたことは、環境保全に配慮した消費者行動を啓発することで、より持続可能な米国を創り上げるというわれわれの活動にとって、非常に大きな一歩だと考えています。

今後もソニーと協力して、商品を買うのと同じくらい簡単にリサイクルできるシステムの実現に努めたいと思います。

マシュー・コス氏
WMリサイクル
アメリカ
日用品セールス／
マーケティング
バイス・プレジデント

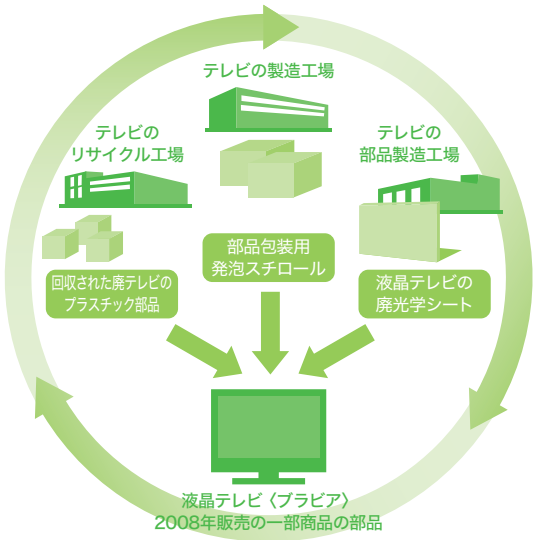
“WEGA”から“BRAVIA”へ。自社循環に取り組みます

前述の「Earth（アース）プロジェクト」の活動が実を結んだのが、自社循環の取り組みです。省エネだけでなく、製造時の新材の削減、つまり省資源に取り組んでいます。

このように、ソニーグループの技術や資源を有効利用して、グループ内の資源循環の推進に積極的に取り組んでいます。ソニーは業界で初めてテレビ用難燃性プラスチック素材の自社循環の仕組みを確立し、2008年春に日本で発売した液晶テレビ〈ブラビア〉のF1／V1／J1の3シリーズ9機種の商品から、過去にソニーが発売したトリニトロンカラーテレビ〈ベガ〉の一部のプラスチック部品や、テレビの製造過程で発生する発泡スチロール廃材を再生し、〈ブラビア〉の一部部品に使用する取り組みを開始しました。また、液晶テレビに使用する光学フィルム製造過程で発生する廃棄材料のリサイクルも開始するなど、自社循環材と外部からの再生プラスチック材料とあわせ、リサイクル材の使用を拡大しています。

また、2006年3月より、光学ディスクの製造事業所である（株）ソニー・ミュージックマニュファクチュアリングで排出回収された廃CDを原料とした再生プラスチックをソニー製品の筐体や部品材料に使用しています。粉砕、洗浄、乾燥により廃CD上の塗装膜を除去する全自動型システムを独自開発し、再生ポリカーボネート（PC）樹脂に再資源化することに成功しました。得られた再生PC樹脂は、協業先の樹脂メーカーで各種添加剤とブレンドされることでソニー製品に利用可能なプラスチックに再生されます。

リサイクル材活用の循環図



エレクトロニクス以外のビジネスでも独自の取り組みを

SPEでは、省資源の取り組みとして、さまざまな映画やテレビ撮影で使用されたセットの再利用に取り組んでいます。一度使用されたセットのうち再利用できるものはウェブ上のオンラインカタログから貸し出しできるようになっており、現時点で約1万3,000ものセットが選択可能になっています。またSPEは、支援の必要な人に住居を提供するNPO「ハビタット・フォー・ヒューマニティ」へのハリウッド最大の材料提供者でもあります。

このようにソニーは、限りある資源とエネルギーを効率よく使い、大きな付加価値を生み出し、環境効率の高いビジネスを目指すと同時に、環境法規制を遵守し、汚染の防止に努めています。複雑な環境問題のより良い解決に向け、幅広いステークホルダーとの協力関係のもとに知識を深め、イノベーションの力で変化を起こすこと、そしてパートナーシップの積極的な活用により、より広範な取り組みと成果を目指していきます。

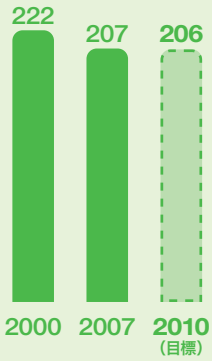
より広範で詳細な情報については、ウェブサイトもご参照ください。 http://www.sony.co.jp/csr/

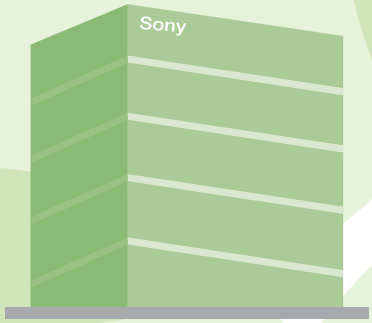
事業所における主な取り組み事例

温室効果ガス削減

- 高効率熱源システムの導入と自社開発制御システムによるエネルギー使用の全体最適化
- 太陽光発電設備の導入
- グリーン電力証書の利用
- 半導体・液晶製造工程におけるプロセス改善による温室効果ガスの削減

事業所のCO_2換算
温室効果ガス排出量（万トン-CO_2）

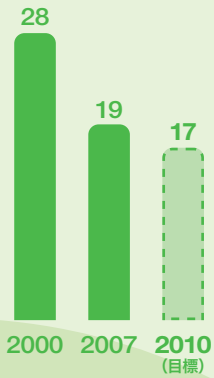




廃棄物削減

- 液晶テレビのプラスチック部品として使用するために、液晶パネルの包装用発泡スチロールのリサイクル方法を変更
- 汚泥処理方法の変更による銅・ニッケルの回収
- プラスチック成型工程で発生する廃ポリカーボネートを回収し、同工程で再生利用

事業所の廃棄物
発生量（万トン）

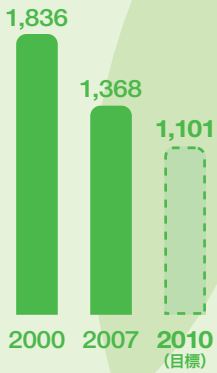


化学物質管理

- プロセス改善や除害装置導入によるVOC※排出量の削減
- 全世界共通の「ソニーグループサイト環境リスクマネジメント標準」にもとづく化学物質管理と環境事故防止
- 事業活動に起因する土壌・地下水汚染除去の取り組み

※ 揮発性有機化合物

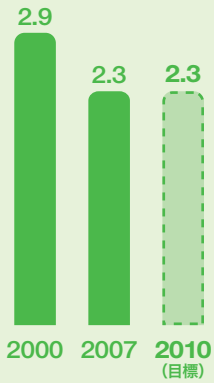
VOCの大気への排出量
（トン）



水使用量削減、水資源保全

- 製造工程で使用した水をリサイクル
- 地域のNPOや営農団体との協力で、地下水の涵養を実施

事業所の水使用量
（千万m^3）



製品における主な取り組み事例

省エネルギー

- パネルモジュールの高効率化、回路の集積化（液晶テレビ）
- 無操作電源オフ、明るさセンサーなどの省エネ機能搭載（液晶テレビなど）
- デジタルアンプ導入（オーディオ機器）
- ハードウェアの省電力設計とソフトウェア制御による省電力（PCなど）

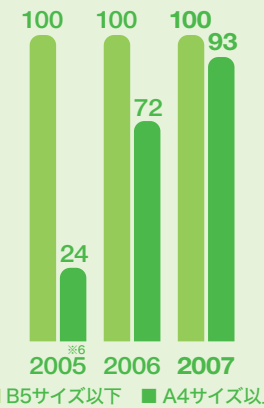
ソニー製品が取得している主な環境ラベル※1

化学物質管理

- 水銀を含まない白色LEDバックライトの採用（PC）
- ボタン型酸化銀電池の無水銀化
- ポリ塩化ビニル／臭素系難燃剤の削減（モバイル機器）※2
- グリーンパートナー環境品質認定制度の運用により全世界で出荷するほぼすべての製品から特定の化学物質を全廃※3

J-Mossグリーンマーク※4

臭素系難燃材を使用していないノートPCの割合※5（%）



※5 当該年度に発売されたモデルのうち、筐体および主要な基板に臭素系難燃材を使用していないモデルの割合
※6 2005年度データは、代表機種による参考数値

省資源・リサイクル性

- 廃CD由来のポリカーボネート再生材を使用（PSP®、デジタルスチルカメラなど）
- 発泡スチロール由来の再生プラスチックを製品のプラスチック部品として使用（液晶テレビ、ホームシアターシステムなど）
- 回収ブラウン管テレビのプラスチック部品を再生して液晶テレビの部品として使用（液晶テレビ）
- 植物原料プラスチックを使用（デジタル一眼レフカメラ、非接触ICカードなど）
- 独自の社内基準にもとづいたリサイクル配慮設計（液晶テレビなど）
- 製品軽量化による省資源（ブルーレイディスクレコーダー、デジタルビデオカメラなど）

リサイクル配慮設計の例

素材および使用難燃剤の表示（内側）

取外しねじ本数の表示

ラベル素材と本体素材の統一化

包装材・その他

- 取扱説明書のCD-ROM化などによる包装の小型化（デジタルスチルカメラなど）
- 3ピースカートンの使用による包装材使用量の削減および輸送効率の向上（液晶テレビ）
- リサイクルに適した、ダンボール緩衝材の使用
- 包装・取扱説明書へのVOCフリーインキの使用

開梱しやすく、包装材使用量も削減した3ピースカートン

製品と付属品を効率よく収納し、包装体積を削減

※1　環境ラベル

ソニーが取得している、第三者の認定のもとで貼付される環境ラベルの例。左から日本の省エネルギー法にもとづきテレビ等の機器の省エネ基準達成率を表示する統一省エネラベル（液晶テレビ）、定量的製品環境負荷データが開示されていることを示すエコリーフ環境ラベル（デジタル一眼レフカメラ）、「国際エネルギースタープログラム」の省エネ基準を満たしていることを示すエネルギースターマーク（PC）。

※2　ポリ塩化ビニル／臭素系難燃剤の削減

ソニーは、ポリ塩化ビニルや臭素系難燃剤の削減を進めている。品質および技術的な問題が解決された場合、2010年度末までに、付属品を除くモバイル機器の新製品からポリ塩化ビニルを、また、モバイル機器の新製品の筐体と主要な基板について臭素系難燃剤を代替することとしている。
ポリ塩化ビニルは、エレクトロニクス製品においては法規制の対象とはなっていないが、廃棄時の不適切な処分により有害な物質が生じるリスクが指摘されているとともに、可塑剤や安定剤として使用される物質の一部に、環境面および人体への影響が懸念されているものがある。
臭素系難燃剤についても、廃棄時の不適切な処理により有害な物質を発生する可能性が懸念されている。

※3　特定の化学物質の全廃

ソニーは、EUのRoHS指令など特定の化学物質の製品への含有を禁止している法規制やステークホルダーの声を反映した、独自の全世界共通の化学物質管理基準を定めると同時に、「グリーンパートナー環境品質認定制度」を運用している（P29参照）。これにより、2005年度末までに、法規制のある地域だけでなく、全世界で出荷するほぼすべての製品から特定の化学物質を全廃している。また、EUのREACH規則についても対応を進めている。

※4　J-Mossグリーンマーク

「J-Mossグリーンマーク」は、業界で定められたガイドラインに則り、特定の化学物質の含有率が基準値以下もしくは除外項目の用途以外で基準値以下の場合に任意で表示できる。ソニーで対象となる製品（テレビとPC）ではすべて「J-Mossグリーンマーク」の基準を満たしている。

What We Believe:

With Our Products & Services

製品・サービス：ソニーは、お客様の声に耳をかたむけ、「高い品質で、安心して使っていただける商品」「心のこもったカスタマーサービス」をお届けし、お客様の期待を超えることを目指します。

SONY
Blu-ray Disc

お客様の視点に立った「満足」「信頼」「安心」の製品・サービスをお届けするために

ソニーは、エレクトロニクスビジネスだけでなく、ゲームや映画、音楽、金融サービスなどさまざまなビジネスをグローバルに展開しています。多様なビジネスを展開していることで、高いブランドイメージを得ているソニーですが、「世界初」「世界最小」「世界最薄」といった製品に支えられた「技術のソニー」は、その大前提として「満足」「信頼」「安心」をお客様にご提供できて初めて磐石になります。

2006年度に一部のノートブックコンピューター用電池パックについて自主交換プログラムを実施して以来、ソニーは、これまで進めてきた品質活動、CS活動を再点検し、より一層の充実を図っています。創業以来お客様の視点に立った高品質の製品・サービスを提供することで培ってきた高い販売シェアの持つ大きな責任を真摯に受け止め、製品安全・品質担当の専任役員のもと、全社一丸となって品質を改善する活動を徹底しています。

品質の証「ソニー品質憲章」

ソニーは、顧客視点で高品質の製品やサービスをお客様にご提供することを最も大切にしています。2003年に制定した「ソニーグループ行動規範」でもソニーの製品およびサービスを利用するお客様の安全を保つため、事業活動のどの段階においても、法令に定める基準を満たす、またはそれを上回るための手立てを継続的に追求し、実施していくことを定めています。これらの理念の一層の徹底を図るため、2001年から導入されていた「ソニーCS憲章」を改訂し、2007年1月には、エレクトロニクス事業でのソニーの製品およびサービスの品質に関する基本的な考え方を示す「ソニー品質憲章」を制定しました。

仕組みの構築で満足することなく、エレクトロニクス事業に携わるすべての社員の心に品質に対する意識が浸透し、「品質文化」が育つことを目標としています。

不良率をいかに下げようと、品質問題はたった1件でも起きてしまえば、そのお客様にとっては100%の不良率です。だからこそ一人ひとりがお客様の目線で、品質問題の対応に取り組むことが重要です。これまで新機種を中心に見ていた不良率の動向を、3年あるいは5年というより長い期間での不良の分析を行っていきます。

ネットワーク時代のソニーの責任

創業60年を超える歴史の中で、メーカーとしてのソニーは大きく成長してきました。事業領域が拡大したと同時に、デジタル化、ネットワーク化など技術の急激な進歩を含め、ソニーを取り巻くビジネス環境も大きく変化しています。

PCなどの水平分業型の製品では、技術のモジュール化が進み、部品を調達すれば誰でも同じような製品をつくれるという時代になってきました。製品のライフサイクルは短くなり、他社との競争の中で導入サイクルがますます短くなっている一方で、ソフトウェア比率が高まり、製品のつくり方も品質問題のポイントも変わってきました。

また、どのような環境下でつくられた材料を調達し、企業がどのような理念と環境のもとで材料を調達し、製品をつくっているかという点について、ステークホルダーの関心が高まり、企業には適切な対応と情報開示が求められています。機能や価格だけでなく、企業姿勢に対する評価も含めて製品購入の意思決定をされるお客様が増えてきたのです。

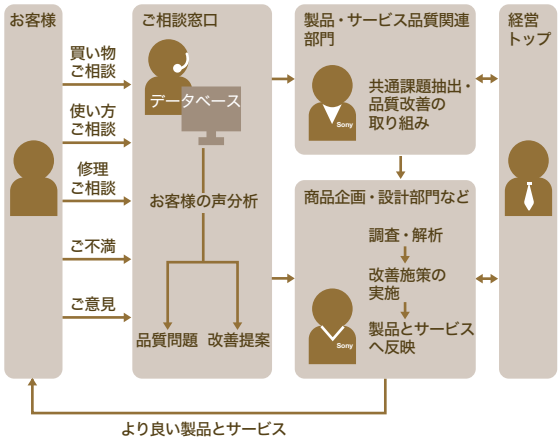
こうした変化の流れの中で、ソニーは、これまで考えてきた伝統的な品質や調達の取り組みにとどまらず、この分野においても業界のリーダーとして評価していただけるよう積極的な対応と取り組みを進めています。

お客様の声に耳をかたむけるコミュニケーションを、より充実させるための取り組みを始めました

2007年に制定した「ソニー品質憲章」で掲げたように、ソニーは、常に「お客様の声に耳をかたむけ、高い品質で、安心して使っていただける商品、心のこもったカスタマーサービスをお届けし、お客様の期待を超えることをめざし」ています。そのためにも、まずはお客様とのコミュニケーションの機会を増やすことが大切だと考えています。

近年、デジタル家電は多機能化が急速に進み、インターネットや他の製品と「つながる」機能がますます増え、お客様の楽しみ方も多様化しています。こうした環境の変化にともない、お客様からのお問い合わせやご要望に対してもより高度な専門知識が求められるようになってきました。一方、国内では、これまでお客様からのお問い合わせ窓口「お客様ご相談センター」などのサービスオペレーションはソニーマーケティング(株)が行い、実際の修理サービスはソニーイーエムシーエス(株)が行ってきました。そこでこれらの機能および人員を統合し、2008年4月にソニーカスタマーサービス(株)を設立、一元的なオペレーションを実現することで、より迅速かつ質の高いお客様対応を目指しています。

お客様の声の活用



さらに、お客様対応業務に携わる全従業員を対象としたeラーニングによるトレーニングプログラムも2001年から導入し、グローバルに均質なサービスの提供を目指しています。また、製品間の接続性を検討するため2008年3月に新設された組織「コンスーマープロダクツグループ接続ソリューションセンター」などと密接な連携をとることで、カスタマーサービスを広義のマーケティング機能の一部と位置づけ、製品のさらなる楽しみ方のご提案も行う体制を整えました。

工業製品であるが故に、どうしても故障がでてしまう。それを未然に防ぎ、万が一故障が起きてしまった場合には、お客様に対して少しでも負担の軽い方法で短期間にそのご不便を解消させていただき、早期に品質改善につなげること、それがソニーの使命です。

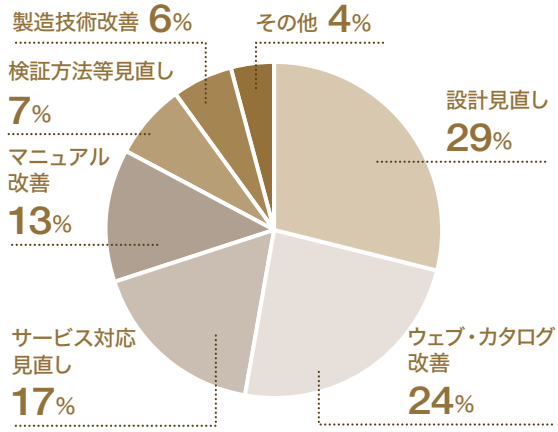
2006年から品質問題への取り組みをさらに強化したことにより、お客様から寄せられるご不満やご意見、製品の不具合情報が製品の企画・開発・設計を担当する事業本部に確実に届く体制がさらに整備され、その原因解明と改善策を次の製品開発プロセスに織り込んでいくより広範な活動につながる段階にきたと考えています。

社員もユーザーのひとりです

2003年から設置されている社員のための品質情報窓口の専用ウェブサイトも、品質に関する問題、情報、意見などを幅広く収集するための情報源として役立っています。このウェブサイトで、社員は職場での解決や対応について判断が難しい問題や、ソニー製品ユーザーとして気付いた品質課題などについて連絡することができます。こうして提供された情報については、すべて事実確認を行うとともに、品質問題の未然防止、再発防止のための諸施策を立案・導入しています。

窓口開設以来、寄せられた情報は、2008年3月現在で1,100件を超えました。使いやすい製品にするための提案、取扱説明書の記述をわかりやすい表現にする提案など、多岐にわたる情報により改善された項目は750項目を超えています。

社員窓口に基づく改善項目の内訳



エレクトロニクスCEOのもと体制を整え、迅速に判断

社内の体制強化・改革については、四半期ごとに開催している品質戦略会議、資材戦略会議、生産戦略会議に加え、毎年、全世界から品質・サービス担当者が参加して行われる「グローバル・クオリティ・ミーティング」において、検討を重ねています。

また、さまざまな取り組みを各事業部に徹底させるために、2007年より全事業本部とエレクトロニクス関連会社、海外の地域ごとに品質オフィサーを設置することとなり、全世界で23人が任命されています。品質オフィサーは、事業本部長と製品安全・品質担当役員へのダブルレポート体制で、品質問題を客観的にとらえられる体制になっています。

また、海外からの情報が商品企画や設計を担当する部署に確実に届くようにすることも2008年度の目標の一つです。例えば、デジタルイメージング製品についていえば、米国で、発売後60日以内に返品されてきた不良品はすべて原因解析する仕組みがつくられました。現地の担当者が1カ月ほど日本で解析手法を学ぶことで現地での解析が可能になり、事業本部ともコミュニケーションを図りながら、品質向上につなげており、アジア地域でも同様の展開を始めています。

ソフトウェア比率アップへの対応

エレクトロニクス分野の一連の会議で共通認識されている課題として、製品のソフトウェア比率が高まっていることにともなう品質問題があります。

ソフトウェア比率が高い製品の増加にともない、2007年度の告知・お知らせ案件の約3分の1はソフトウェア関連で、かつ発売後3カ月以内に問題が生じているという社内調査結果も出ており、設計プロセスの改善も含めた対応が重要となっています。2006年9月に導入した「安全に関する製品事故の報告規定」は、製品に起因する事故を社員が認識してから8時間以内に製品安全・品質担当役員に報告するというエスカレーションルールですが、加えて2007年12月には、「製品セキュリティ脆弱性事案に関する報告規定(ソフトウェアのセキュリティ脆弱性に起因した問題のエスカレーションルール)」も導入し、社内教育を行うとともにルールを強化しました。「迷ったら報告」を徹底させ、品質問題の未然防止と早期発見・解決につなげるとともに、社員のさらなる意識改革、情報共有に向けて継続した取り組みを続けていきます。

設計・生産委託先と品質パートナーシップ

また、設計・生産委託製品の増加や付加価値の高い部品調達を行う過程で新たな課題も生じています。そこで、現状では事業本部ごとに異なっている設計・生産委託先との売買契約、品質契約などに関し、ソニーとして共通化した基準を取り入れ、「ソニー品質」を徹底します。設計・生産委託企業抜きには製品化が語れない時代になってきた中で、設計・生産委託製品の品質向上は不可欠であり、各社と強い信頼関係で結ばれたパートナーとして、一緒に成長していくことが大事だと考えています。

グローバル・サプライチェーン・マネジメントに取り組んでいます

これまで、調達する部品や設計／生産委託する製品の環境品質について私たちが特に注意を払ってきたのは、有害な化学物質が混入していないかという安全性の問題でした。EUではRoHS指令により特定化学物質の製品への含有が禁止されており、また日本では特定化学物質を含有した製品に対してJ-Mossマークによる情報開示が義務づけられています。

ソニーは、調達先のグローバル化にともない、業界をリードする形でソニー独自の全世界共通の化学物質管理基準「部品・材料における環境管理物質管理規定(SS-00259)」を導入し、サプライヤーに対しては、「グリーンパートナー環境品質認定制度」を設けています。監査に合格し、「グリーンパートナー」と認定されたサプライヤーからのみ部品の購入を行っており、これによってソニー

の環境品質はグローバルに共通の品質を維持しています。

一方で、前述のように部品調達先や設計／生産委託先の生産現場も含めた人権・労働・環境など「製品に対する総合的な責任」についても、ステークホルダーの関心が高まっています。こうした取引先には、ソニー製品の製造にかかわるという観点から、ソニーに準ずる取り組みをもってこれらの問題にあたってもらう必要があると考えており、2005年6月に「ソニーサプライヤー行動規範」を制定しました。

この「ソニーサプライヤー行動規範」は、後述の業界共通の行動規範にもとづいてつくられており、この内容をソニーのすべてのサプライヤーにお知らせしました。2007年度には、その遵守状況を把握する一環として、サプライヤー企業約3,500社を対象として順次地域ごとにグローバルにサプライヤーセルフアセスメントを導入、サプライヤー向けの説明会も実施しています。その結果、例えば、日本、中国地域での全般的な傾向として、労働・倫理マネジメントシステムの構築など組織的なインフラ整備が途上である、といった課題が見られました。今後も必要に応じてサプライヤーと協力して継続的に改善していきます。

業界のアライアンスの中で効率的な活動を行っています

エレクトロニクス業界では、最終製品メーカー複数社が同じ生産委託先や部品などの調達先と取引を行っています。それぞれのメーカーが独自の基準や方法で解決にあたろうとすると、調達先企業から見れば複数の異なる基準の遵守や監査要求を受けることになり、サプライチェーンに大きな混乱と過剰な負荷がかかることが懸念されています。

そこで、電子業界のサプライチェーンのCSRマネジメントを効率的かつ効果的に進めるため、ソニーはIBM社などとともに、2004年、電子業界CSRアライアンス（Electronic Industry Citizenship Coalition: EICC）を発足させました。現在、EICCには、欧州、米国、アジア、日本のメーカー、生産委託企業、小売企業など42社が加盟しています（2008年6月現在）。

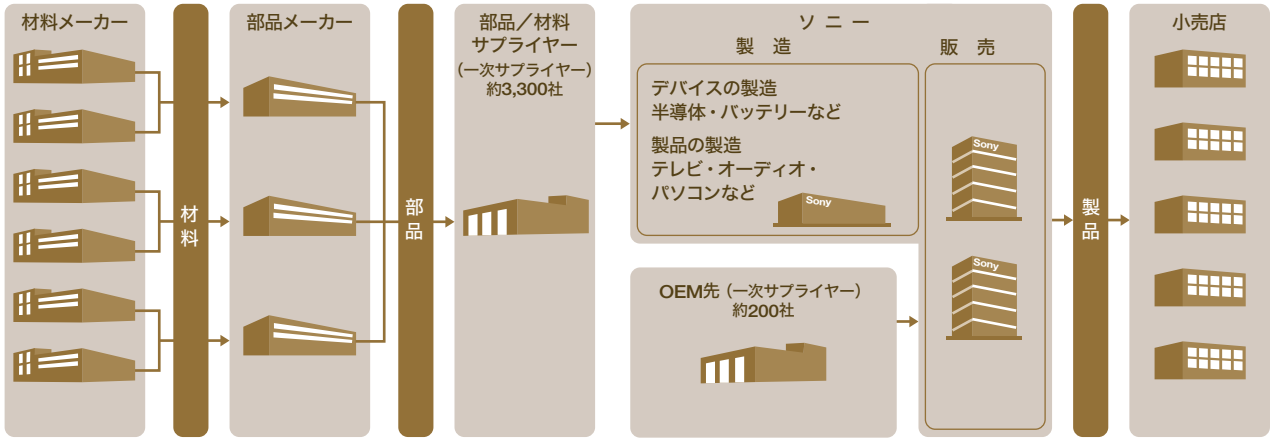
EICCは、CSRマネジメントの効率的な運用、改善、活動レベルの向上を目指し、共通の行動規範の制定を行い、この管理に必要なツールやウェブシステムを共同で開発しています。これらの仕組み構築にあたっては、非政府組

ソニー同様、ベストバイでも消費者ニーズに応えることは最重要課題です

ベストバイでお買い物をされるお客様は、購入する商品の調達・製造過程、省エネ・環境配慮などの情報について、これまでになく高い関心を持っています。ベストバイは、ソニーやEICCと連携し、業界共通のサプライチェーンの課題に真剣に取り組んでおり、最終的には社会・環境の両側面からの改善を目指しています。皆が一緒に行動することで、製造の現場で働く労働者にとってだけでなく、地域コミュニティ、サプライヤー、ソニーのような製造事業者、私たちベストバイのような小売業にも、そして世界中の消費者にとっても満足のいく結果を導き出せます。技術の世界でグローバルな消費者擁護の役割を果たすにあたり、中でもソニーの積極的な関与が重要だと考えています。

ポーラ・プラール氏
ベストバイ
（米国家電小売業）
広報・渉外・CSR担当
シニア・バイス・
プレジデント

サプライチェーンの概念図

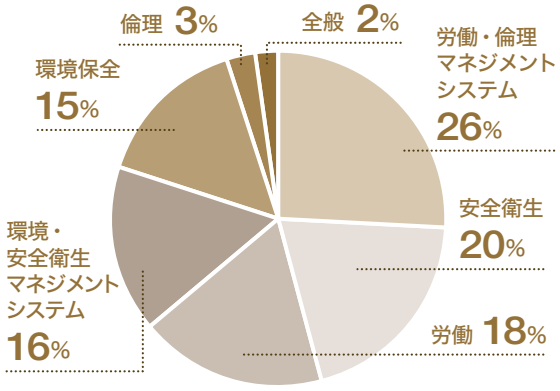


織（NGO）や社会的責任投資団体などのステークホルダーと定期的に意見交換を行いながら取り組みを進めています。

また、行動規範の基準にもとづいた「共同監査」も行っています。この「共同監査」は、ステークホルダーからの意見も踏まえた上で、メンバー企業によってリスクが高いと判断された地域の取引先から順次進めています。この過程で、ソニーが取り引きしている中国のサプライヤーも2008年4月までに、18社が共同監査を受けましたが、特に、労働・倫理マネジメントシステム、安全衛生、労働セクションにおける指摘事項が多くなっています。品質面でのアプローチと同じように、今後もサプライヤーと協力して継続的に改善していきます。

EICCでは、業界共通の課題にも目を配っています。エレクトロニクス製品の製造に欠かせない希少金属などの掘削過程での環境破壊問題や、労働者の人権問題などについても、ステークホルダーの関心の高まりを受けて、調査を行っており、EICCでは、電子業界としての取り組みを検討しています。

サプライヤーのEICC共同監査の指摘事項
(セクション別比率)



製品品質・サービス、サプライチェーンへの取り組みに終わりはありません。ソニーが企画を始めたその段階から製品がお客様の手元に渡るまでだけではなく、使っていただき、製品としての使命を終え回収されてリサイクルされるまで、あるいは完全に廃棄されるまで。そこまで商品企画にあたる社員の視野に入っているべきです。販売後もお客様とのコミュニケーションを続けていくという考え方に立てば、「お知らせ」に対する意識も変わります。どのような使い方ができるのか、どのように使っていただきたいのか。製品自体が接点となるようなコミュニケーションのあり方も視野に入れ、今後も時代やお客様のニーズの変化をとらえながら、活動を続けていきます。

より広範で詳細な情報については、ウェブサイトもご参照ください。 http://www.sony.co.jp/csr/

What We Believe:

With Our Employees

社員：ソニーはグローバル企業のリーダーとして、次世代を担う人材の育成を行い、社員が満足して生き生きと働ける、多様性のある活力にあふれた職場づくりを目指します。

Best Practices
1- SEL
2- CANADA
3- SWISS
4 - ANTI-FAKE
5 - SWOT
6 - MEXICO
7 - TAIWAN
8 - MALAYSIA
VAIO

グローバル企業にふさわしい グローバルな人事戦略を

1946年の創業以来、ソニーは既存の枠組みを超えて常に新しい領域に挑戦してきました。創業の地である日本から世界のマーケットへ、そしてエレクトロニクスビジネスに加え、コンテンツやゲーム、金融サービスへとそのビジネス領域を広げ、世界約100の国や地域でビジネスを行っているソニーは、日本を代表する「グローバル企業」となっています。

ソニーがこれからも夢のある商品やサービス、新しいライフスタイルをお客様に提供していくためには、社員の採用や能力開発、そしてキャリアプランについてもグローバル企業としてふさわしい活動を行わなければなりません。雇用・労働環境面では、グローバルに共通した指針を持って採用や人事施策にあたること、地域や人種、性別にかかわらず、適材適所で優秀な人材を登用していくことが、厳しいグローバル競争を勝ち抜く上で大変重要だと考えています。

また、2003年に制定した「ソニーグループ行動規範」では、国や地域ごとに異なる法令に即した対応はもちろんのこと、国連で定められた「世界人権宣言」や既存の国際基準を参照し、人権の尊重に関する条項を定め人権関連の規定や雇用における機会均等をグループの活動の基本としています。さらにソニーは各国、地域におけるソニーグループ各社による採用に限らず、優秀な人材の確保という観点でグローバル採用を開始しています。

例えば、成長著しい東アジア地域で将来活躍が期待される優秀な人材の確保という観点から、2000年より中国など東アジアからの新卒採用活動を日本で実施しています。あわせて、チャレンジ精神のある社員が国や地域を越えて活躍するための仕組みやルール整備も行っています。

世界中で活躍するさまざまなソニーグループの社員が、夢のある会社としてソニーの未来を描けること。そんな組織づくりを目指し、人事部門では国や地域を越えて社員が活躍できる仕組みやルールを整備するためのプロジェクトを2007年からスタートしています。人事に携わる社員同士のグローバルな連携もより活発になってきています。

次世代を見据え、 社員の育成にさらに積極的な投資を行います

社員の成長に企業が積極的にかかわっていくことはとても重要なことです。持続的にビジネスを成長させていくためには、それを支える「人」の成長こそが最も重要な経営基盤だからです。ソニーで働く人が成長し輝くことで、ソニーも輝き成長するという好循環を導くために、次世代を見据えた人材育成にさらなる投資を行っていきます。

絶え間ないビジネス環境の変化、技術革新のスピードを考えれば、多くの取り組みが必要であり、各地域・事業領域において、新入社員から役員に至るまでさまざまな対象に向けた研修プログラムを展開しています。

日本においては、新入社員から管理職層に対して、基礎から先端技術まで幅広くカバーする技術研修を約200講座開催しています。中でも基幹技術研修では、第一線での専門性を持つソニー社員自らが講師を担当し、社内ノウハウや技術の継承を行っています。2007年度には約9,500名の社員が技術研修を受講しました。その他の研修についても充実を図っています。

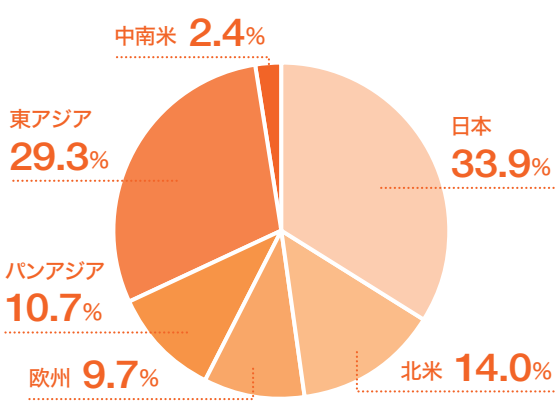
「技術のソニー」を支える卓越した技術者のコミュニティ誕生

研修制度にとどまらず、技術を継承していくための仕組みとして、2006年度から、現在および将来のソニーの重要技術領域において牽引役を担う技術者を「Distinguished Engineer（ディスティングイッシュド・エンジニア、DE）」として任命する制度を開始しています。

技術戦略会議に出席して専門分野で貢献するのはもちろんのこと、DE自らが新たなDEの選定や、活動の提案を行い、現在では、組織横断的に同じ技術領域のDE技術者が集い、自由な議論を行える「コミュニティ活動」へと展開しています。さらに、技術系トップマネジメントによるキャリア対談、DEの問題意識から開始された先端技術講座などを通じて、技術的観点からの中長期的人材育成を図っています。

価値創造に取り組む風土を醸成する仕組みとしては、あわせて「ソニーMVP認定制度」があります。専門技術や知識を活用・発揮し、ソニーの新たな価値創造に貢献した社員個人を顕彰するもので、2007年度に認定された24名を加えると、2003年度の制度開始以来、累計MVP認定者は150名になりました。

エリア別人員構成



次世代のソニーを担うリーダーの育成

ソニーの次世代を担うリーダー育成を目的に、2000年よりソニーユニバーシティーを発足させ、さまざまなプログラムを実施してきました。2007年度には「Sony United Leadership Program（ソニー・ユナイテッド・リーダーシップ・プログラム）」を開催し、各国・各地域の多様なビジネスユニットを代表するリーダー候補が参加しました。トップマネジメントと参加者との意見交換やビジネスシミュレーション等を通じて、経営戦略やリーダーシップについて理解を深めるだけでなく、このプログラムを通じて培われた各参加者の人的ネットワークが新たな価値創造へとつながっていくことも重要な成果と位置づけています。2000年の開始より累計で1,200人が参加しています。

ソニー共通で行っているリーダーシップ育成プログラムのほかにも、各地域での育成プログラムを多数展開しています。

例えば、ソニー・ヨーロッパでは、基幹人材として期待されるマネージャーが、教育や環境などの問題に取り組む「社会的企業（社会貢献を目的とする事業体）」のプロジェクトに従事するプログラムを2006年度より導入しています。リーダーシップ育成に役立つだけでなく、「社会的企業」にとっては、ソニーの持つサプライチェーンなどの専門性やビジネスノウハウを吸収できるという点で非常に高い評価を受けています。さらに、パンアジア地域でも各社の基幹人材を集めたセミナーを開催しています。

多様性はソニーが大切にしている価値です

「グローバル」に加え、ソニーが大切にしている価値がもう一つあります。多様性（ダイバーシティ）です。

早くから日本の外にそのマーケットを求め、創業者自らがアメリカに居を構えて新しい商習慣や文化を取り込み、世界中のお客様、そして社員とともに成長してきたソニーは、その過程で多くを学び取ってきました。同質な組織には秩序を保ちやすいなど強みもありますが、変化に絶えず対応し、新しいイノベーションを生み出すことができるのは多様性にあふれた組織です。人種や性別、年齢などにとらわれず異なる価値観や個性、多様な文化を尊重し受け入れていくこと、それが私たちが最も大切にしている価値の一つです。

日本では、まずジェンダーにフォーカス

2005年、日本においてダイバーシティ・プロジェクト（DIVI@Sony[※1]）を発足させ、特に女性社員の活躍と登用を推進する組織環境への取り組みを開始しました。顧客ニーズの多様化など、ビジネス環境が大きく変化していく中、女性をはじめとした多様な人材・能力を活用し、より創造性に富む新しい価値を生み出していくことが求められます。特に技術者が多数を占め、組織に占める男性社員比率が高いエレクトロニクス分野においては、女性社員の積極的な活躍推進・登用が非常に重要であると考えています。

国内では、女性マネジメントを対象とした研修・イベン

トや女性社員のキャリアに関する座談会・セミナーの開催により、社員間ネットワークを構築・拡大し、社員の意識向上、モチベーション、生産性、満足度のさらなる向上を図っています。マネジメント側の理解促進も必要となることから、統括部長とのラウンドテーブルを継続的に開催しました。このような取り組みの結果として、ソニー(株)は2007年度に東洋経済新報社「人を活かす企業―第1回ダイバーシティ経営大賞」において優良賞を受賞しました。これは、ダイバーシティ志向であるソニーの経営姿勢が高く評価されたものであり、今後もより積極的に活動を進めていきます。

※1 DIVI:Diversity Initiative for Value Innovation(呼称:ディーヴィ)日本における多様性推進プロジェクト。

米国・欧州でも独自の取り組みを展開

米国のソニー・エレクトロニクスでは、2005年より特に女性およびマイノリティーに焦点をあてた取り組みとして、ワークショップやフォーラムなどのイベントを実施しているほか、2007年にはさまざまなビジネスユニットのシニア・マネジメントによるダイバーシティボードが新たに発足しました。多様な能力を有する人材の採用・育成のために、働きやすい職場環境の構築やローテーションなどを含むさまざまな活動を始めています。

欧州では、2005年よりCSRヨーロッパ※2と連携して、複数他社とともに専門職・管理職の女性比率を高めるための作業部会を形成し、現状分析、ディスカッション、ベストプラクティスの共有等を実施してきました。さらにロール・モデルとなりうる女性社員の紹介や社内メンター制度の導入、一部の地域では勤務制度の見直しを行い、女性がより活躍できる環境整備に努めています。

※2 欧州で活動するCSRを普及させるNPO団体。

地域別女性社員、女性管理職比率※3

ソニーグループ(日本)

	04	05	06	07	ベンチマーク
女性社員比率	30.0%	29.0%	25.6%	24.8%	24.7%
女性管理職比率	2.9%	3.1%	2.9%	3.1%	3.5%

- 平成18年度　厚生労働省賃金構造基本統計調査をもとに、従業員数1,000名以上の企業を対象として算出。管理職は部長、課長の合計で計算。

ソニーグループ(米国)

	04	05	06	07	ベンチマーク
女性社員比率	37.8%	38.0%	38.6%	37.8%	47.6%
女性管理職比率	32.7%	32.5%	31.4%	31.6%	35.5%

- EEOC(米国雇用機会均等委員会)統計2006

ソニーグループ(欧州)

	04	05	06	07	ベンチマーク
女性社員比率	36.0%	38.0%	39.3%	40.3%	33.4%
女性管理職比率	15.3%	17.0%	17.4%	17.2%	25.0%

- ソニーグループ(欧州)のエレクトロニクスビジネス
- HR指標ベンチマーク2007　欧州人的資源有効性レポート、サラトガ/プライスウォーターハウスクーパース

※3 各グループ会社から提出されたデータにもとづく集計。日本、欧州は各年度3月31日現在。米国は各年の7月31日現在。なお、グループ会社での法人間で管理職の定義が異なる場合があります。

DIVIメンバーとしての活動を通じて私は勇気と活力をもらいました

ロール・モデルを見つけにくい女性管理職にむけたメンター制度の設計に携わり、パイロット版で自分自身もメンターを得ました。役員の高い視点からのアドバイスに触れたことは大きな収穫。管理職手前の女性の悩みに応えるメンター制度も導入できればよいですね。

チャンスは彗星のように大きな楕円軌道を描いているもの。いつでもつかめるわけではないから、勇気を持って手を伸ばすことが大切です。DIVIの活動が、皆の背中を一押ししてあげられるものになれば。DIVIの卒業生で「後方支援部会」も発足させました。周囲の人とサポートしあう雰囲気づくりが、ソニーを豊かな会社にすると考えています。

小橋　由佳里
ソニー(株)DI 事業本部
SSE部門システム2部
担当部長
第一期、二期DIVI参加

「障がいを感じない、感じさせない」環境づくり

障がいのある方に自律の機会を提供したいという創業者井深大の思いを体現したソニー・太陽（株）はソニー最初の特例子会社として設立、2008年1月に創立30周年を迎えました。以来、ソニー（株）では、法令遵守はもとより障がいのある方のそれぞれの個性や能力に応じたフィールド、働きやすい環境の整備を推進しています。ソニーの障がい者雇用の基本方針である「障がいを感じない、感じさせない生き生きと働ける環境」の実現に向け、ソニー・太陽（株）が30年間培ってきた障がい者雇用のノウハウを共有するべく、国内グループ会社の代表者、人事部門に対して研修を実施するなど、さらなる取り組みを行っています。

2007年度の障がい者雇用数の年間平均は321名、雇用率は2.17%で、日本の法定雇用率1.8%を上回る雇用を実現しています。

活力あるソニーは、社員が働きやすい職場づくりから

社員がグローバルな意識を持ち、多様性のある職場で組織活力をさらに高めるには、社員が働きやすい環境が不可欠です。ソニー（株）では、フレックスタイム制度やエキスパート制度（裁量労働制）などを取り入れており、それぞれのライフスタイルに応じて能力を最大限に発揮できるよう柔軟な勤務制度を整備することは、社員の意欲向上、ひいては組織活力を高めることにつながると考えています。

これらに加え、子育て・介護に携わる社員の仕事との両立も支援しています（ワーク・ライフ・バランス）。ソニー（株）では、出産した女性社員はほぼ全員が育児休職を取得し、約9割が復職していますが、さらに、より安心して社員が育児休職を取得できる環境の整備、男性の育児参画の促進、および仕事との両立を一層しやすくすることを目的とし、2007年4月より育児関連諸制度を改定しました。2008年4月には在宅勤務制度の導入ならびに年次有給休暇の時間単位使用を新設、これらの制度拡充に加え、社員のキャリア構築支援や、仕事との両立を支援する職場風土醸成のための取り組みも始めています。2007年、ワーキング・ペアレント・フォーラムでは、子育てとキャリアを両立している男女社員の経験談に加え、参加者間のネットワーキングによる情報交換が活発に行われました。

人材育成も職場の環境づくりも、継続的な取り組みを積み重ねて、初めて成果が見えるようになります。そのためには、上司と部下の密接なコミュニケーション、会社と社員のコミュニケーションが大切です。会社の取り組みや制度への評価については、各地域において社員意識調査を実施するとともに、その結果から必要なアクションプランへとつなげ、安全衛生、社員の健康に対する取り組みなど基本となる施策とあわせて対応しています。

「自由闊達にして愉快なる理想工場の建設」と設立趣意書に謳われているソニー。社員が輝いてこそ、ソニーらしい製品やサービスを生み出し、お客様に夢や感動をお届けすることができる、そして持続可能な社会への貢献に踏み出すことができると考えています。

輝く社員のために

より広範で詳細な情報については、ウェブサイトもご参照ください。 http://www.sony.co.jp/csr/

What We Believe:

For the Sustainable Society

社会：ソニーは、ソニーの事業資産である製品、技術、イノベーションとソニーグループ社員の力、さらにはステークホルダーとのパートナーシップを活用し、ソニーの得意とする分野で時代や社会のニーズに応えていきます。

©UNICEF/Giacomo Pirozzi ユニセフ「EYE SEE Ⅲ」プロジェクト

事業活動を通じて社会に貢献したい、それがソニーの創業の精神です

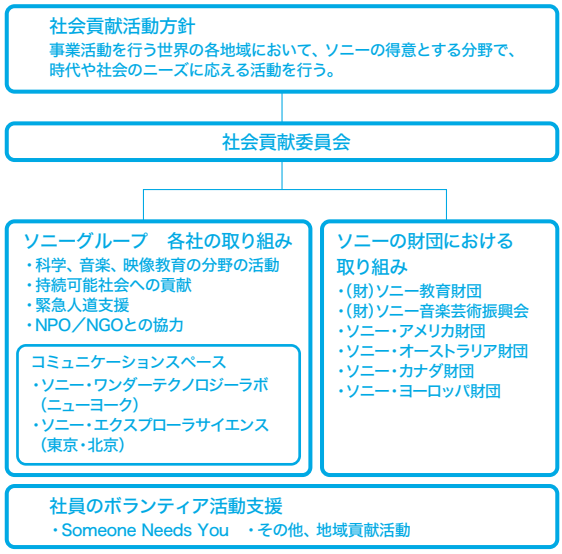
1946年に創立されたソニーは、ラジオ・通信などの技術を応用して国民一人ひとりに製品を提供すること、ひいてはその生活向上に資することを創業の目的としていました。以来、新時代にふさわしい技術、製品やサービス、エンタテインメントを提供するというビジネスを通じて、世界中の人々の生活を豊かにし、夢や感動を与えることを目指しています。

では、事業を通じて世の中に貢献することに加え、より長期的視点でソニーはどのような企業でありたいのか。設立趣意書には「国民科学知識の実際的啓発」が目標の一つとして掲げられており、ソニーは特に子どもたちへの科学教育の啓発と普及に力を入れてきました。

科学教育への貢献に力点

国の将来の発展を支える子どもたちが科学に関心を持ち、好きになるには、小・中学校における理科教育が最も重要であるという観点から、創業13年目にはすでに学校に対する「ソニー理科教育振興資金」の贈呈事業を始めています。これまでに累計5,050校の日本の小・中学校に教育資金を贈呈し、子どもたちの教育に創造的、先駆的な取り組みを行っている全国の先生方や学校を支援しています。現在では、受賞した小・中学校の先生方を中心に、ソニー科学教育研究会(略称:SSTA Sony Science Teachers Association)が組織され、全国49支部、約1,900人の先生方が独自にセミナーや講習会を開催しています。(1972年設立の「(財)ソニー教育財団」では、ノーベル化学賞受賞者の白川英樹氏を塾長として、子どもたちが自然の中で科学を学ぶ小・中学生向けのプログラム「科学の泉-子ども夢教室」なども開催しています。)

社会貢献活動の体制



For the Next Generationのもと、世界各地で社会貢献活動を展開

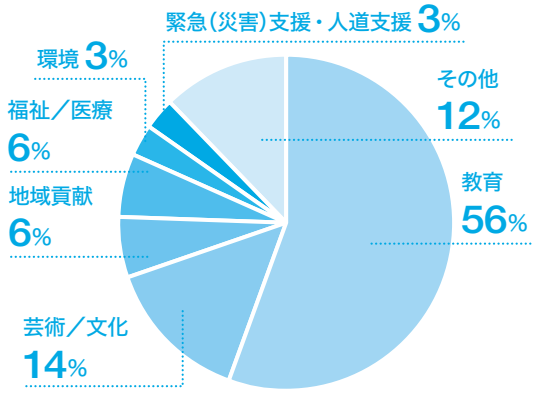
科学教育から始まったソニーの次世代支援の考え方はさらに広がり、子どもたちの科学や芸術への関心を高めるとともに、創造性を育む手助けをすることが、エレクトロニクスに加え音楽や映画のビジネスをも傘下に加えたソニーらしい貢献だと考えるようになりました。現在はソニー(株)に社会貢献委員会を設置し、「事業活動を行う世界の各地域において、ソニーの得意とする分野で、時代や社会のニーズに応える」という方針のもと、世界各国のソニーグループ各社および6つの財団を中心に、より広範な活動を行っています。

2007年度のソニーの社会貢献活動支出は、総額で約45億円※でした。

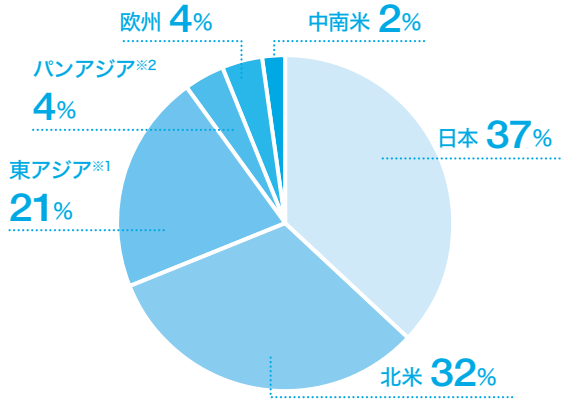
※この金額には寄付金、協賛金、自主プログラム経費(施設運営費)のほか、寄贈した製品の市場価格が含まれています。

2007年に10回目を迎えたソニー・クリエイティブサイエンスアウォード(Sony Creative Science Award)は、シンガポールのソニーグループ各社とシンガポール

社会貢献活動支出の分野別内訳（2007年度）



社会貢献活動支出の地域別内訳（2007年度）



※1 中国本土、香港、台湾、韓国
※2 東南アジア、中近東、アフリカ、オセアニア

科学センターが共同で開催、7歳から12歳の子どもたちから「科学で遊ぶ」おもちゃを募集・表彰しています。同時に科学ショーやワークショップも開かれ、子どもたちの科学への関心や創造性を高める機会となっています。2007年は101の小学校から3,000を超える募集があり、過去10年で約3万人の子どもたちが参加しました。

タイでは、子どもたちの科学技術に対する好奇心や創造性を伸ばすことを目的に、番組制作の現場を疑似体験する「ヤング・クリエイティブ」を開催しました。12歳から16歳の参加者80名がソニーのハンディカムなどを使って、アナウンサー、プロデューサー、演出、編集、カメラマンなどを体験、製造事業所の見学も含め、技術が可能にする情報発信の方法を学びました。

SSPA（Sony Student Project Abroad(China)索尼海外交流計画）では、2006年から中国の高校生を日本に招待し、ソニーの技術に関する共同ワークショップや、リサイクル工場の見学など日本の環境への取り組みについて紹介、ソニー社員宅でのホームステイなどを体験する機会を提供しています。異なる文化や多様性を認め理解することはグローバル時代を担う子どもたちの重要な資質だとソニーは考えています。

また、音楽教育分野での貢献も継続して行っています。一例として、昨年ソニーはカーネギーホール・ワイル音楽学院のオンラインコミュニティの最大のスポンサーになりました。初年度には各地域固有の音楽と文化を通じて世界史を学ぶカーネギーホール・グローバル・エンカウンター・プログラムで、公立学校に通う生徒にグローバルな世界観を養う機会を与えました。スペインでは、ソニーはレイナ・ソフィア・クラシック音楽学校に寄付し、スペイン各地でのコンサートの機会を提供することで将来マスターになる可能性のある若手音楽家の支援を行っています。

地域共生は、グローバル・ローカライゼーションを進めてきたソニーの原点です

ある地域でビジネスを行うということは、雇用の創出と製品・サービスの提供を通じてその地元コミュニティの一員になるということ。ソニーが進めてきた、グローバルに共通の理念を持ちつつ、可能な限りその地域に溶け込み、マネジメントも含めローカル化する「グローバル・ローカライゼーション(Think globally, act locally.)」の考え方は、事業を行う上だけでなく地域共生の考え方にもつながっています。

「Someone Needs You：誰かがあなたを必要としている(頭文字でSonyを表現)」は、地域社会との豊かな関係づくりを目指す社員のボランティア活動推進プログラムで、それぞれの地域のニーズに応じたボランティアプログラムを検討・企画し、社員参加のもと実施しています。2007年度は、延べ約28,000人のソニー社員がボランティア活動に参加しました。

全世界264拠点のソニーの事業所の多くで、さまざまな活動が行われています。一つの活動に取り組むことで社員の問題意識が高まり、外部パートナーとの交流や新たな課題への取り組みなど、さらにアイデアがわいてくる。良い循環が生まれています。

社会で役立っているという充実感は新たな活力へとつながります。ワーク・ライフ・バランスの観点からも、ボランティア休職・休暇など制度の充実を推進するなど、ソニーで働くことを通じて社員がより積極的に持続可能な社会への貢献に参加できる環境を整えていきたいと考えています。

また、グローバルに事業活動を行うソニーは、企業市民として、大規模な自然災害や地域紛争などの際に、被災された方々への緊急支援も行っています。2007年度は、7月の新潟県中越沖地震、10月の米国カリフォルニアでの山火事、11月のバングラデシュでのサイクロンによる被災などに対し、日本、米国および当該地域で活動するソニーグループ各社より義援金を寄付しました。

2008年5月、ミャンマーで発生したサイクロンによる被災地に対しては、ミャンマーの近隣諸国である、シンガポールやマレーシア、タイのグループ会社でも社員に義援金を募り、寄付金約2,000万円は現地NGOと連携することで中長期的な貢献に役立てる予定です。同じく5月に発生した中国・四川省大地震の被災に対しては、中国、パンアジア、日本、アメリカのソニーグループ各社から総額約1億9,000万円を寄付しました。

社員の募金活動では「マッチングギフト」制度を設け、社員から寄せられた義援金に会社からの同額寄付を加えています。

持続可能な社会づくりに向け、グローバル企業として貢献します

21世紀に入り世界が大きく変わる中で、ソニーにはどんな貢献が可能で、いかにグローバル課題に応えていくべきなのか。創業以来行ってきた科学教育、創造性など次世代の育成を支援するという社会貢献活動の方向性について、改めて自らの役割を問い直してきました。

グローバル化の一層の進展によりますます相互依存型になる経済に鑑み、企業の責任・貢献を考える上では、自社のビジネス活動がない国や地域への心配りが必要です。また、国連のミレニアム開発目標に掲げられるような貧困、初等教育の普及、環境問題など共通のグローバル課題の解決にも積極的にかかわっていく必要があると私たちは考えています。

持続可能な社会づくりにソニーは積極的に寄与

例えば、南アフリカでは、SAPESI（NPO法人：South Africa Primary Education Support Initiative）が実施する「南アフリカ図書館車プロジェクト」を支援しています。識字力向上計画の一環として、各地に点在する小学校・中学校を図書館車で巡回し、生徒および教員に対して本の貸し出しを行っている同プロジェクトへは、運営資金の寄付を行うとともに、英語圏のソニーグループ6社※の社員より提供を受けた中古児童書を寄贈しています。

※ ソニー・オーストラリア、ソニー・ニュージーランド、ソニー・サウス・アフリカ、ソニー・シンガポール、ソニー・香港、ソニーUK。

メキシコの小学校再建プロジェクトでは、ソニー製品の寄贈に加え、照明や家具、校庭再建などのための費用を負担しています（ソニーメキシコ）。中国では、貧困地区の小学生を援助するため、2003年より「愛心勉学プロジェクト」を実施。これまでに120校以上の小学校に机、いす、黒板を寄付しました。また、2007年は「留守児童へケアを」とし、両親が都市に出稼ぎにいっている児童の多い農村や遠隔地の小学校を対象としました（ソニー中国）。

災害や貧困、感染症などの社会課題に直面する世界の子どもたちに写真を通して表現の機会を提供するユニセフのデジタル写真ワークショップ：EYE SEE（アイシー）プロジェクトに、ソニーはデジタルカメラや関連資金の提供を通じて2006年から支援を続けています。2007年に行われたEYE SEE IIIでは、リベリアとルワンダの子どもたち40人が、プロの写真家とのワークショップを通じて撮影の基本技術、構図、テーマの選び方、表現の仕方を

カメラを手にした途上国の子どもたち。ユニセフとソニーの協力で人生が変わりました

パキスタン大地震の際、生活が一変した子どもたちに「表現する」機会を与えたい。そんなささやかな気持ちからユニセフのEYE SEE写真プロジェクトは始まりました。ソニーは重要なパートナーであり、撮影された素晴らしい写真は、この間、パキスタン、英国、米国、カナダ、イタリア、日本で展示され、またCNNを通じて世界に報道されました。いつかはカメラマンになりたいという子どもたちも大勢います。

自然災害や紛争を体験した子どもたちに、そうでなければ聞かれることのなかった「声」を、そして遠く離れた人々にもパキスタン、ルワンダ、リベリアの子どもたちの現実を知るきっかけを提供することができました。

マイケル・ボーソキュー氏
ユニセフ
EYE SEE II・III
プロジェクト・
マネージャー

学び、ソニー提供のデジタルカメラで約2,000枚の写真を撮影しました。日本政府が5年に1度主催しているアフリカ開発会議TICADが2008年5月に横浜で開催されたのにあわせ、ユニセフとソニーは写真展を開催、多くの来場者に課題を訴えるよい機会になりました。

新しいビジネススキームやイノベーションを通じて、ユーザーとともに活動します

グローバル課題の解決に向け、パートナーシップを活用することで実現できることがたくさんあるとソニーは考えています。例えば、企業の努力に加えて、消費者の選択を促す試みも始めています。日本で始めた「そらべあスマイルプロジェクト」への支援活動は、消費者の行動が環境保全につながる新しい取り組みです。涙を流すホッキョクグマ「そらべあ」のキャラクターがパッケージにデザインされたソニーの市販向け電池、充電池、充電器の売上の一部をNPO法人そらべあ基金に寄付することを通じて、同基金が行う幼稚園・保育園への太陽光発電施設の設置を支援しています。

ソニー製品購入の際に贈られる「ソニーポイント」を使って、個人が風力や太陽光など自然エネルギーによるグリーン電力を購入できる仕組みも日本で始めました。通常の電気代と自然エネルギーによる発電コストの差額分を払うことで、自然エネルギーを使ったとみなす「グリーン電力証書」をソニースタイル・ジャパンがまとめて買い、小口販売する仕組みで、携帯電話を通じて気軽に購入できる仕組みも提供しています。

（株）ソニー・コンピュータエンタテインメントは、「プレイステーション 3」（PS3®）に搭載された半導体「Cell Broadband Engine™（Cell/B.E.）」により、ユーザーが疾病原因究明のプロジェクト「Folding@home™」（フォールディング・アット・ホーム）に参加できる仕組みを提供しています。タンパク質の異常な折りたたみ現象によって引き起こされるパーキンソン病、アルツハイマー病やがんなどのさまざまな疾病の原因究明のため、米国スタンフォード大学が開発した分散コンピューティングプロ

ソニーの電池と「そらべあ」のコラボレーション

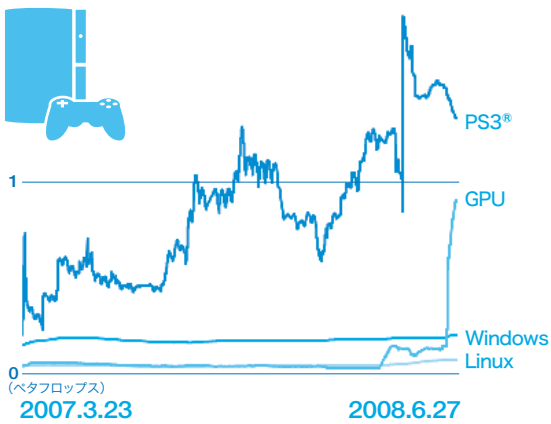
Shinzi Katoh/©EcologyOnline

CSR関連団体・プロジェクトへの参画

ソニーはCSR活動全般の普及促進に向けても、さまざまな活動に参画しています。例えば、ISO-26000の策定ワーキンググループのコミュニケーション・タスクグループの座長として積極的にかかわり、日本工業標準調査会を通じて国内への報告も行っています。世界的なCSR団体であるWBCSD（持続可能な開発のための世界経済人会議）やBSR（ビジネス・フォー・ソーシャル・レスポンシビリティ）、CSR Europe、（社）海外事業活動関連協議会（CBCC）などの会員です。WBCSDでの活動では、環境保全に役立つ休眠特許を企業が提供し、広く役立ててもらう「エコパテントコモンズ」のプロジェクトが結実し、2008年1月、IBM（米国）、ノキア（フィンランド）、ピツニーボウズ社（米国）らとともにWBCSDのウェブサイト上に環境特許のデータベースを公開しました。

ジェクト用のアプリケーション「Folding@home™ for PS3®」を2007年3月にリリース。以降、世界中から140万人以上のPS3®ユーザーが参加し、解析に貢献しています。PS3®の圧倒的な演算能力の参加もあり、2007年9月には、「Folding@home™」の計算能力が1ペタフロップスを超え、世界で最も強力な分散コンピューティングネットワークとしてギネス世界記録に認定されています。

Folding@home™の計算能力



*ペタ：10の15乗

サステナブル・デザインへの取り組み

これまでも取り組んできた、使い手の視点に立った使いやすさを考慮した製品の企画・設計の考えをさらに発展させ、持続可能性を意識した製品モデルをソニーから発信することはできないだろうか。そんなデザイナーの問題提起から、ユニバーサルデザインとエコデザインの

デザインコンセプト群「odo」

コンセプトを統合しサステナブル・デザインのプロジェクトが2006年から始まっています。現在はまだ実験的な取り組みですが、手動発電（キネティックエンジン）を応用したデザインコンセプト群「odo」は、子どもたちに未来の体験、社会意識、価値観やインスピレーションを提供します。機器との新しいかかわり方を提案する中から、ソニーも新しい未来を描くことができる。コンスーマー向け製品を提供しているソニーだからこそ、消費者の選択を通じた上記の取り組みとともに、今後はサステナブル・デザインの考え方を製品だけでなくサービスまで広げ幅広く可能性を追求していきたいと考えています。

グローバル課題への取り組みは、企業にとって今後ますます重要な活動になってくるとソニーは考えています。社員の意識をより高めるための啓発活動とあわせ、「For the Next Generation」というテーマのもと、持続可能な社会を構築するための貢献をこれからも積極的に行っていきます。

より広範で詳細な情報については、ウェブサイトもご参照ください。 http://www.sony.co.jp/csr/

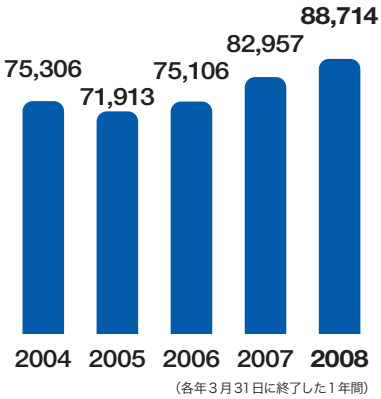
ソニーグループのアウトライン

会社概要

本社所在地	〒108-0075 東京都港区港南1-7-1
創立	1946年5月7日
社員数	18万500名（2008年3月31日現在）
売上高および営業収入	8兆8,714億円（2008年3月31日に終了した1年間）

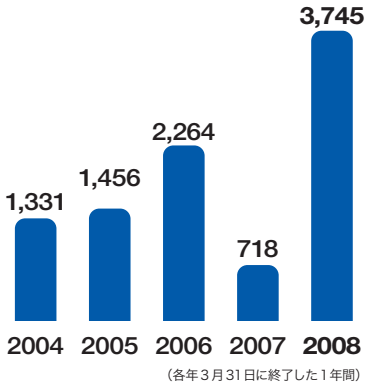
財務ハイライト（単位：億円）

売上高および営業収入



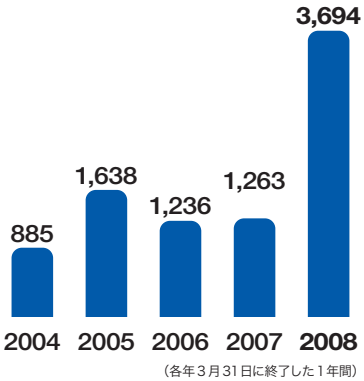
（各年3月31日に終了した1年間）

営業利益



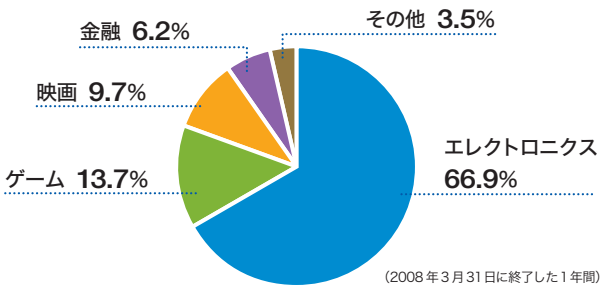
（各年3月31日に終了した1年間）

当期純利益



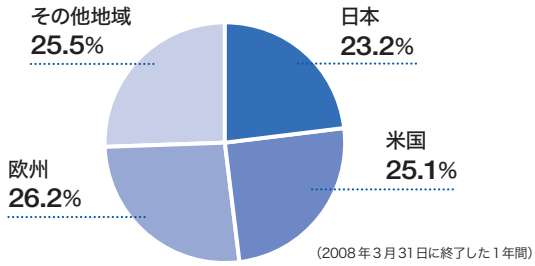
（各年3月31日に終了した1年間）

ビジネス別売上高構成比※1



（2008年3月31日に終了した1年間）

地域別売上高構成比※1 ※2

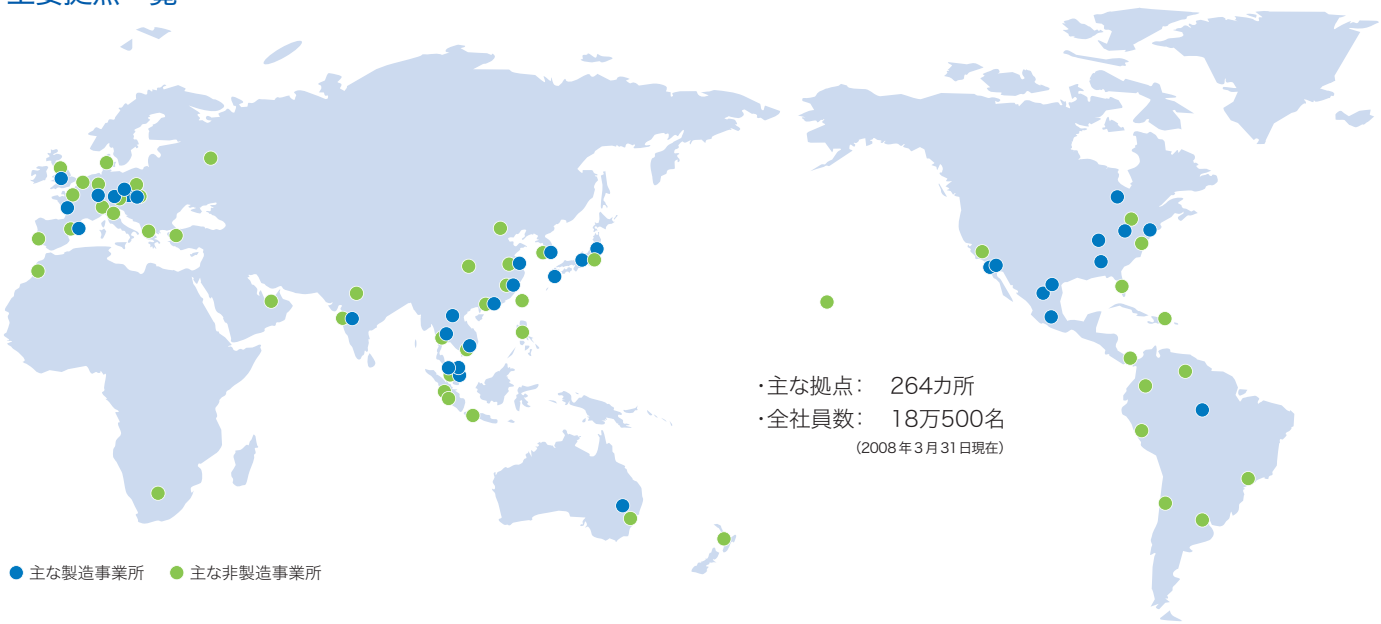


（2008年3月31日に終了した1年間）

※1 ビジネス別および地域別の売上高構成比は、外部顧客に対する売上高および営業収入にもとづいて算出したものです。
※2 地域別の売上高構成比は、顧客の所在国別に表示されています。

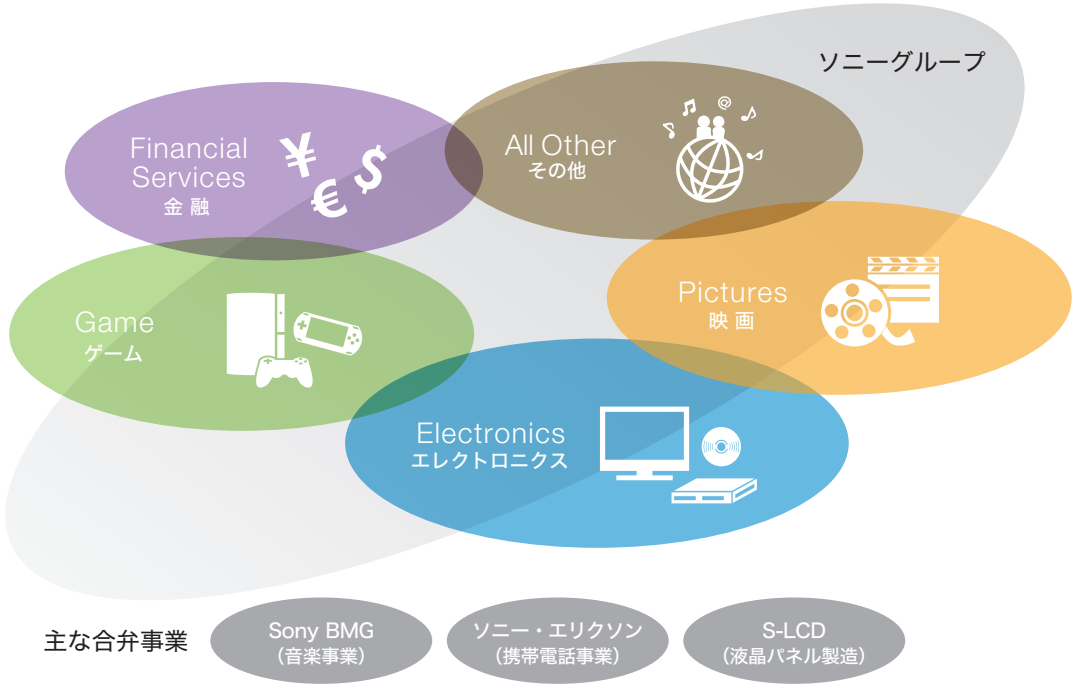
追加情報>> ソニーの投資家向け情報 http://www.sony.co.jp/IR/

主要拠点一覧



ビジネス概要

ソニーは、エレクトロニクス、ゲーム、映画、音楽、金融など、多様な事業を全世界で展開しています。



2007年度の主な組織変更

モバイル機器向け低温ポリシリコンTFT液晶ディスプレイパネルの製造を行う合弁会社2社、エスティ・エルシーディ（株）とエスティ・モバイルディスプレイ（株）を経営統合し、新会社ソニーモバイルディスプレイ（株）を設立

CSR活動の情報開示について

CSRレポート

CSRの重要テーマへの姿勢や
取り組みをご報告するレポート

冊子とウェブサイトが連携

ソニーのCSR活動の情報を、本レポートとウェブサイトにて開示しています。本レポートではCSRの重要テーマに絞って報告し、ウェブサイトではレポートの電子版とともに、より詳細な情報を掲載しています。

CSRウェブサイト

ソニーのCSR活動の詳細を網羅的
にご紹介するウェブサイト

アニュアルレポート

最新のアニュアルレポートはこちら
でご覧いただけます。

日本語　http://www.sony.co.jp/IR/
英語　http://www.sony.net/IR/

CSRレポート／CSR活動についてのお問い合わせ・ご意見

ソニー株式会社CSR部
〒108-0075 東京都港区港南1-7-1
TEL：03-6748-2111（代表）　FAX：03-6748-2244
http://www.sony.co.jp/SonyInfo/Support/
上記のホームページ上にある項目「その他のお問い合わせ」よりお問い合わせください。

コミュニケーションスペース

ソニーでは、科学への興味を持っていただくためのサイエンスミュージアムなど、さまざまな展示活動を行っています。

ソニー・エクスプローラサイエンス（東京、北京）
科学の原理・原則、デジタル技術の進化や面白さを実際に見て、触れて、楽しみながら体験できる科学ミュージアムです。
http://www.sonyexplorascience.jp/

ソニー・ワンダーテクノロジーラボ（ニューヨーク）
教育、エンタテインメント、技術が融合した音楽、映画、テレビゲームやデジタル技術の展示をご覧いただけるインタラクティブなミュージアムです。
http://www.sonywondertechlab.com/

BUREAU VERITAS 1828
BUREAU VERITAS

本レポートおよびウェブサイトに掲載している環境データについては、信頼性および一貫性の観点からビューローベリタスジャパン株式会社による第三者検証を受け、報告内容に対する信頼性の確保および環境マネジメントの継続的改善への活用を行っています。

http://www.sony.co.jp/csr/

以下の項目は、ウェブサイトに追加情報を掲載しています。

CSRレポート
- CSR情報の開示について
- GRIサステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2006対照表

マネジメント
- ストリンガー CEOメッセージ
- 中鉢社長インタビュー
- コーポレートガバナンス
- コンプライアンス

製品責任
- 製品品質・品質マネジメント
  - ・組織
  - ・お客様の声の社内フィードバック
  - ・社内品質情報窓口
  - ・安全性への取り組み
  - ・製品の情報セキュリティの取り組み
  - ・品質問題とその対応
- お客様応対・サービス
  - ・体制
  - ・ご相談窓口
  - ・インターネットの活用
  - ・修理サービス
- 使いやすさ
  - ・ユーザビリティ評価による検証
  - ・製品での取り組み
  - ・多様なお客様への情報提供
  - ・年齢別レーティング制度、ウェブアクセス制限への取り組み
- サプライチェーン・マネジメント
  - ・基本的な考え方
  - ・電子業界CSRアライアンス「Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC)」
  - ・ソニーサプライヤー行動規範
  - ・サプライヤーのEICC共同監査

社員
- 人員情報
  - ・総社員数、ビジネス別人員構成、エリア別人員構成
  - ・ソニー(株)の取締役・執行役構成
- 労使関係とコミュニケーション
  - ・労使関係
  - ・トップマネジメントとのコミュニケーション
  - ・社員意識調査
- 人権、機会均等
  - ・人権の尊重規定
  - ・人権体制と研修
- ダイバーシティ
  - ・ジェンダー
  - ・障がい者雇用
  - ・高年齢者雇用
- ワーク・ライフ・バランス
  - ・制度の拡充
  - ・支援プログラムや研修
- 人事制度・人材育成
  - ・評価・処遇制度
  - ・ビジネスリーダーの育成
  - ・技術者の育成
  - ・研修プログラム体系
- 安全衛生
  - ・基本方針とマネジメントシステム
  - ・リスクアセスメント
  - ・事業継続計画の策定推進
  - ・グローバル労働災害統計
  - ・社員の健康
  - ・HIV/AIDSの取り組み

社会貢献
- 社会貢献活動概要
  - ・ソニーの社会貢献活動
- 社会貢献活動事例
  - ・次世代教育支援
  - ・地域貢献活動
  - ・緊急人道支援
  - ・国際協力活動
- 展示活動や財団など関連情報

環境活動
- ソニーグループ環境ビジョン
- 環境マネジメント
  - ・環境マネジメント体制
  - ・ソニーにかかわる環境負荷の全体像
  - ・「Green Management 2010」概要
  - ・「Green Management 2010」進捗
- 環境データ
  - ・環境データ集計の方法および考え方
  - ・ISO14001認証取得事業所一覧
  - ・要約環境データ
  - ・事業所における温室効果ガス排出量(全世界)
  - ・大気汚染物質/水質汚濁物質の排出状況(全世界)
  - ・製品環境データ
  - ・環境保全コスト
  - ・事業所の環境管理物質一覧
  - ・日本の事業所におけるエネルギーの使用にともなうCO_2排出量
  - ・日本のPRTRデータ
  - ・日本のPCB含有電気機器保管状況
  - ・第三者検証報告書および参考所見
  - ・環境活動の主な沿革
- 環境負荷低減
  - ・製品における取り組み
  - ・事業所における取り組み
  - ・物流における取り組み
- 環境技術
- 製品リサイクル
  - ・ソニーにおけるリサイクルの考え方
  - ・資源循環システムの構築
  - ・日本におけるリサイクル活動
  - ・北米におけるリサイクル活動
  - ・アジア・オセアニア・南米地域におけるリサイクル活動
  - ・ヨーロッパにおけるリサイクル活動
  - ・家電リサイクル法への対応
  - ・使用済みパソコンのリサイクル
  - ・各地域での製品リサイクル情報
- 環境コミュニケーション
  - ・社内コミュニケーション
  - ・社外コミュニケーション
  - ・地域コミュニケーション
  - ・エンタテインメント分野での取り組み

CSRイノベーション
- テクノロジー
- パートナーシップ
- マーケティング
- デザイン

FSC認証用紙使用
VOC(揮発性有機化合物)ゼロ植物油型インキ使用
有害な廃液の出ない「水なし印刷方式」を採用

For the Next Generation

CSR（企業の社会的責任）レポート　2008年 3月期

ソニー株式会社

発行元：ソニー株式会社　2008年 8月 発行
Printed in Japan